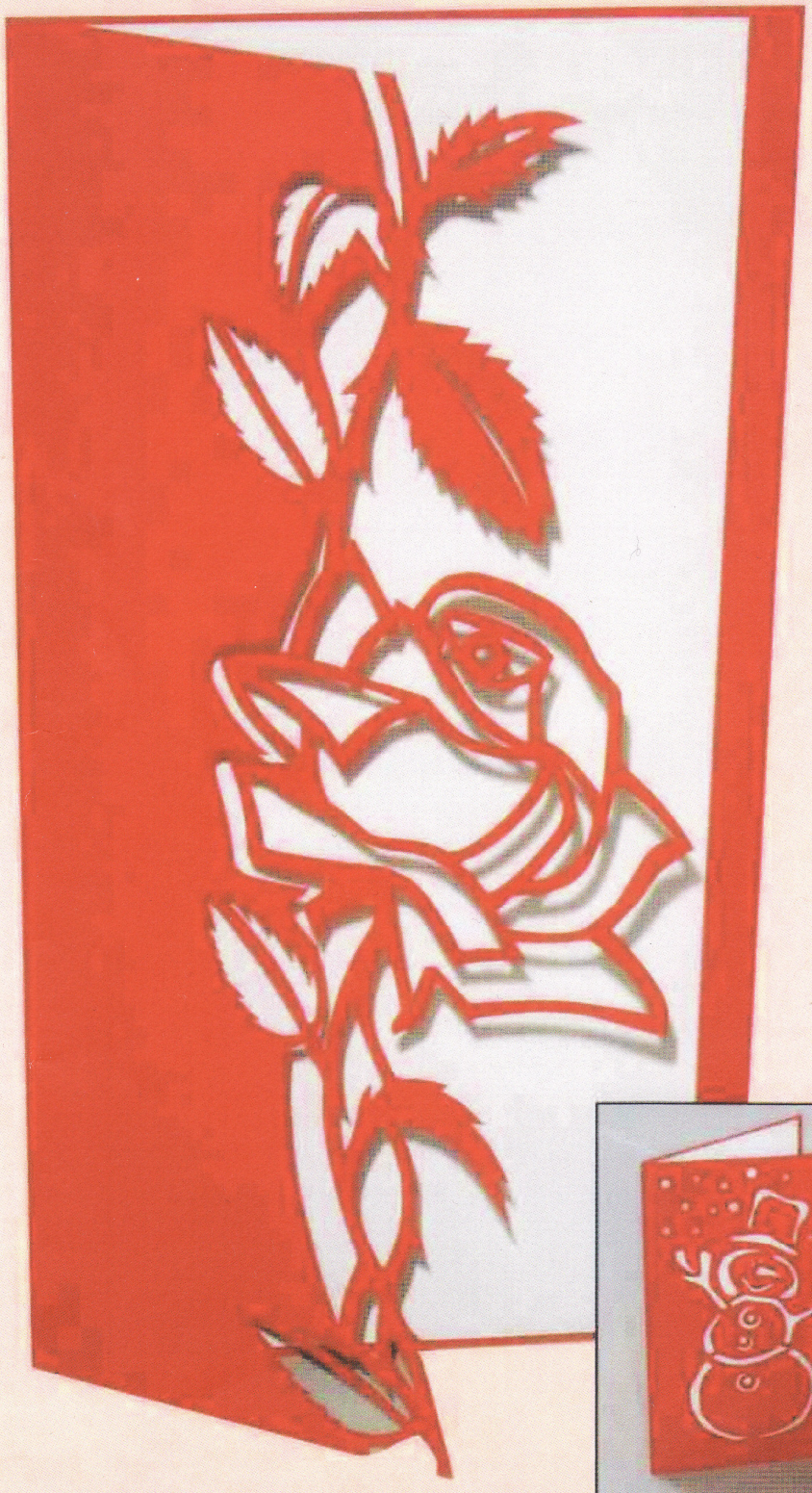
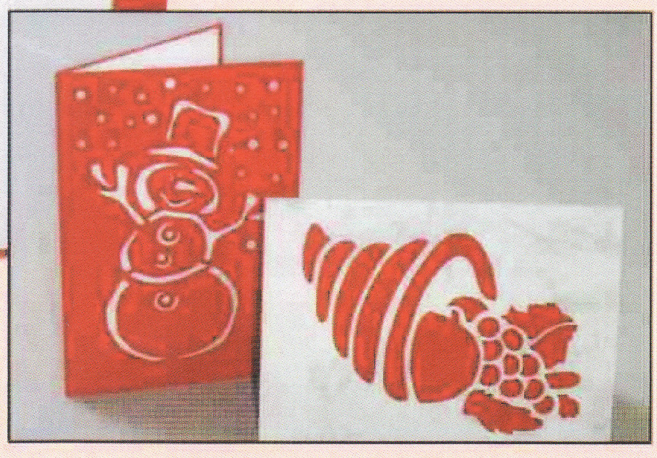
Ing. Luiza Roșu

Ghid practic pentru realizat felicitări decupate



- Instrucțiuni de lucru
- Sfaturi și trucuri practice
- Tipare
- Adrese utile



Ing. Luiza Roşu
Ing. Cristian Bălescu

Ghid practic pentru realizat felicitări decupate

Instrucţiuni de lucru, sfaturi şi trucuri practice, tipare, adrese utile

S.C. Card Consulting S.R.L.
Adresă pentru corespondenţă: PO-BOX 16-304, sector 6, Bucureşti
Tel.: 0723-322.931, 0722-125.809
Fax: 021-336.66.63
E-mail: cardconsulting@yahoo.com

ISBN: (10) 973-722-228-8
(13) 978-973-722-228-2

Cum se realizează o felicitare decupată?

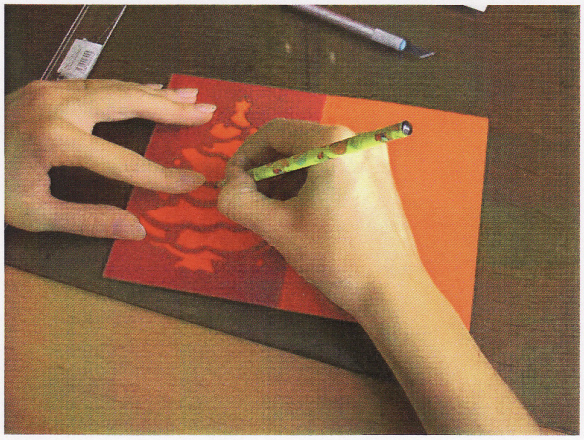
Următorul grupaj de ilustrații vă arată, foarte pe scurt, procesul de realizare a unei felicitări decupate. Începând cu pagina 5 aveți prezentarea detaliată.

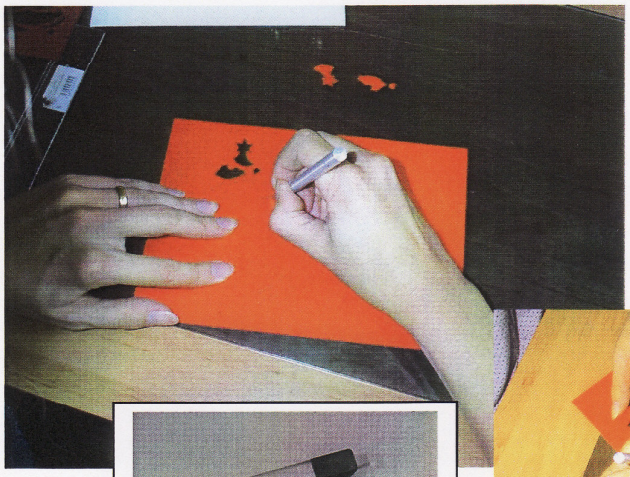
1. Plecați de la două bucăți dreptunghiulare de carton: una mai groasă, care urmează a fi decupată, şi una mai subțire, care va forma interiorul felicitării. Dimensiunile bucății mai subțiri sunt cu cca 5-10 mm mai mici decât ale bucății mai groase. Dotări necesare: placă de sticlă, creion, cutter, riglă, lipici, şablon de carton, cleşte-preducea.

2. Trasați linia mediană de pliere a felicitării, folosind un vârf de andrea, un pix căruia i s-a terminat pasta sau chiar muchia neascuțită a cutter-ului. Obțineți practic o linie adâncită în cartonul viitoarei felicitări.

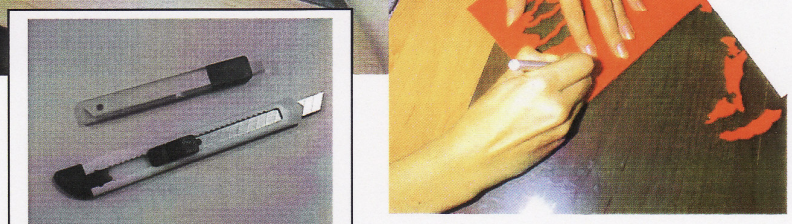
3. Aşa arată cartonul în care veți realiza decuparea felicitării propriu-zise: o bucată de carton îndoită în două. Pentru ca viitoarea felicitare să se închidă complet, pliați bucata de carton şi presați-i muchia de îndoire (cotorul) cu un obiect din plastic, neted şi foarte curat.

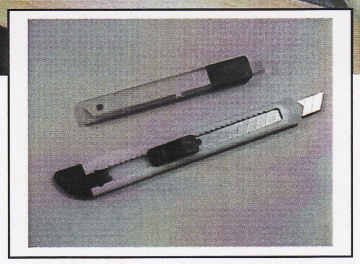
4. Poziționați șablonul de lucru **pe partea interioară** a cartonului pliat și trasați-i conturul folosind un creion ascuțit. Această operație durează 30-60 de secunde.





5. Începeți tăierea cu cutterul după contur, folosind ca suport de lucru **o placă de sticlă**. Operația este 100% manuală. Puteți folosi un cutter obișnuit de birou (10.000 de lei).





6. Partea cea mai grea a procesului de lucru a trecut. Odată finalizată decuparea manuală, mai urmează doar câteva operații foarte simple, de finisare.
Felicitarea dvs. arată în acest moment ca în imaginea alăturată.

7. Folosind un cleşte-preducea, daţi găuri de diferite diametre care imită ninsoarea (în acest caz). Preduceaua trebuie să taie cartonul **dinspre faţă spre verso** (la decuparea modelului a fost invers).

8. Pliaţi cartonul interior pe jumătate. Este o operaţie banală, trebuie doar să potriviţi cu atenţie colţurile.

9. Puneţi lipici în interiorul cartonului decupat, dar **numai în câteva puncte**: în zona liniei de pliere şi apoi încă în vreo trei-patru puncte situate la cel mult 5 cm de această linie.

10. Poziționați cu precizie cartonul subțire în interior, aliniindu-l față de linia mediană de îndoire a cartonului decupat.
Datorită faptului că ați aplicat lipici doar în câteva puncte, cartonul subțire va fi destul de liber şi va crea nişte umbre interesante când felicitarea va fi închisă.

11. Închideți felicitarea şi țineți-o presată ferm timp de 5-10 secunde. **Atenție! Trebuie să aveți palmele foarte curate!**

12. Felicitarea dvs. este GATA! Preț de vânzare: 40.000 de lei, inclusiv plicul. Cumpărătorul are posibilitatea să scrie mesajul dorit în interior, pe cartonul alb.

Alegerea cartonului

La realizarea unei felicitări decupate se folosesc două bucăți de carton: **cartonul exterior**, în care se face decuparea propriu-zisă, şi **cartonul interior**, care produce contrastul necesar evidențierii decupajului. Aşadar, cartonul interior nu se decupează – el doar se fălțuieşte (se pliază) în două şi se lipeşte în "burta" cartonului exterior. Tot pe acest carton interior, expeditorul felicitării va scrie, de mână, mesajul dorit.

După cum se observă şi în imaginile de pe coperta acestui ghid, cartonul exterior poate avea fie o culoare închisă, fie una deschisă. Culoare închisă înseamnă un roşu-cireaşă, albastru sau verde, în funcție şi de subiectul felicitării: roşu-cireaşă este o culoare care merge cam întotdeauna, verdele este mai potrivit pentru brazi de Crăciun sau ghiocei (în perioada 1-8 Martie), în timp ce albastrul are efect pentru felicitările care includ un peisaj în aer liber. Cartonul interior, evident, trebuie să aibă o culoare opusă, alb sau gălbui, dar rolurile se pot inversa: carton exterior alb, carton interior verde, de exemplu.

Întotdeauna folosiți, aşadar, o combinație de două cartoane. Variantele sunt numeroase: în oferta firmei Augusta Papier găsiți, de pildă, carton **Constellation Jade Country** de 215 g/mp pentru exterior şi carton **Nettuno Rosso Fuoco** de 100 g/mp pentru interior, sau **Sirio Stardust Cherry** de 290 g/mp pentru exterior şi **Acquerello Stucco Gesso** de 120 g/mp pentru interior. (Acestea sunt doar două exemple din multitudinea de combinații posibile, vedeți şi calculul de preț de la pagina 53). Greutatea cartonului exterior este, în general, între 215 şi 300 g/mp, iar a celui interior de 100-120 g/mp. În cazuri excepționale se poate folosi o combinație 330 g/mp cu 80 g/mp, dar numai pentru felicitările format DL (11 x 22 cm), care sunt mai înalte şi, ca urmare, mai puțin rigide. **Nu folosiți niciodată carton sub 215 g/mp pentru partea care se decupează, deoarece există riscul să se boțească în timpul tăierii!**

Evitați cartoanele simple, comune. Felicitările decupate sunt produse de lux şi au nevoie de cartoane de lux, cum sunt cele menționate mai sus. Există cartoane argintii, cartoane embosate (cu un uşor model în relief), cartoane cu sclipici, cu striații sau colorate în degradé. Totul este să alegeți o combinație de bun-gust. Aici vă ajută faptul că mai toate firmele importatoare de carton oferă clienților mostrare – pachete cu mostre din toate sortimentele disponibile – în mod gratuit. Studiați pe îndelete un astfel

de mostrar, alegeți ce credeți că merge mai bine (aveți deja două recomandări) și comandați în cantități mai mari, pentru a beneficia de prețul minim.

Firma **Augusta Papier** livrează cartonul sub formă de coli tipografice (70 x 100 cm), în topuri de 100-250 de coli. Dacă doriți fracțiuni de top, doar 10 coli, prețul se majorează cu 15% și, de asemenea, se mai majorează cu cca 5% dacă doriți să vă fie tăiat la format A4 (21 x 29,7 cm). Cel mai ieftin este să achiziționați un top întreg și să tăiați singur colile la formatul dorit. Astfel, dintr-o coală de 70 x 100 cm obțineți 25 de formate 14 x 20 cm, sau 14 x 10 cm în varianta pliată, adică aproximativ formatul clasic al unei vederi sau cărți poștale. Pentru aceste dimensiuni se găsesc fără probleme și **plicuri** (plicurile sporesc semnificativ efectul felicitării, mai ales dacă sunt asortate la culoare). Un alt format încetățenit deja pe piață este DL: 11 x 22 cm. Nu este obligatoriu să respectați exact aceste dimensiuni, 10 x 20 cm în variantă pliată merge foarte bine, ceea ce înseamnă că bucata brută trebuie să aibă 20 x 20 cm.

O regulă importantă: dimensiunile cartonului interior trebuie să fie cu 5-10 mm mai mici decât cele ale cartonului exterior. După lipire, rămâne astfel o ușoară margine care creează efectul de passe-partout, folosit și la înrămarea tablourilor, iar atractivitatea felicitării crește. Concret, pentru cartonul interior vorbim de un format 13 x 19 cm sau 19 x 19 cm.

În faza de început, **nu cartonul este cel mai important lucru, ci stăpânirea tehnicii de decupare**. Prin urmare, ca începător nu are rost să vă aprovizionați cu carton direct de la Augusta Papier, puteți lucra foarte bine cu cartoane achiziționate la bucată din orice librărie. De-abia după ce căpătați experiență și credeți că puteți demara o producție de câteva sute de felicitări, mergeți la Augusta sau la orice alt furnizor de carton și cumpărați unul-două topuri de coli tipografice.

Recomandare: pregătiți mai întâi cartonul pentru toate cele câteva sute de bucăți. Asta înseamnă să tăiați colile tipografice în formatul necesar și să practicați și îndoitura mediană. Îndoitura mediană vă ajută să pliați rapid și fără erori felicitarea în două. Pentru aceasta, măsurați cu o riglă și marcați capetele liniei mediane, apoi, folosind rigla și un obiect subțire dar bont (gen vârf de andrea), adânciți această linie, fără să apăsați prea tare, altfel riscați să străpungeți cartonul. Când începeți apoi

plierea, veți vedea că ea se va realiza foarte ușor, exact după linia adâncită, pentru că aici rezistența cartonului este minimă.

Procedând astfel, veți obține un stoc de cartoane gata pentru a fi decupate, iar economia de timp va fi importantă. Nu pierdeți din vedere faptul că puteți să suprapuneți două sau trei coli tipografice și să le tăiați simultan, sau, pentru o economie și mai importantă dar pe termen lung, puteți să achiziționați o ghilotină (cea mai ieftină costă 2,5 milioane de lei, se poate achiziționa din librăriile mari).

Imprimarea tiparului pe carton

Prima regulă, esențială: **tiparul trebuie imprimat sau desenat pe verso-ul cartonului ce urmează a fi decupat**, adică pe acea parte care va fi mascată prin lipirea cartonului interior. Practic, atunci când felicitarea va fi finalizată, din tipar nu se va vedea nici o urmă.

Referitor la imprimarea propriu-zisă, aici sunt mai multe variante:

1) **Construirea unui șablon.** Șablonul este o bucată de carton de 300 g/mp, cu dimensiunile 14 x 10 cm sau 10 x 20 cm, decupată exact după tiparul dorit. Odată decupată, această bucată se suprapune pe partea interioară a cartonului viitoarei felicitări și se trasează cu un creion conturul decupajului. Nu este necesară o acuratețe deosebită, trasarea trebuie să dureze cât mai puțin – 30 de secunde sau un minut, în funcție de complexitatea modelului. Pentru a avea o productivitate cât mai bună, se recomandă trasarea succesivă a tiparului pe cartoanele tuturor celor 25-30 de felicitări pe care vă propuneți să le finalizați într-o zi.
2) **Comandarea unei ștampile.** Pentru felicitările format clasic, 14 x 10 cm pliate, se poate comanda o ștampilă la un atelier obișnuit de ștampile. Nu trebuie decât să aduceți o foaie cu tiparul dorit, acest tipar se scanează de către personalul centrului și în una-două zile ștampila e gata. Având această ștampilă și o tușieră, imprimarea tiparului pe cartonul felicitării o veți face în câteva secunde. Prețul ștampilei – în jur de 1.300.000 de lei. Atenție, însă! Tușul trebuie lăsat să se usuce foarte bine pe carton, altfel riscați să vă murdăriți pe mâini în timpul decupării și, implicit, să murdăriți felicitarea.
3) **Printarea direct pe carton.** Concret, dacă aveți acasă calculator, scanner și o imprimantă mai performantă, puteți imprima tiparul direct pe carton, după ce faceți

setările de dimensiuni necesare. Atenție! Nu orice imprimantă poate tipări pe carton de 200-300 g/mp!

4) **Imprimarea la o tipografie digitală.** Este aproximativ același lucru cu varianta 3), doar că toate operațiile de scanare/printare se fac într-un mod profesionist, la un centru specializat. Această variantă devine rentabilă atunci când aveți de imprimat cartoane pentru minimum 500 de felicitări (același tipar), altfel costul devine prea mare.

Cea mai convenabilă variantă, dat fiind că nu produceți mai mult de 40 de felicitări pe zi, este varianta 1 (cu șablon). Șablonul îl faceți în 10-30 de minute (a se vedea instrucțiunile de la pagina 12), costul lui este nesemnificativ și, odată ce îl aveți, îl puteți folosi ani de zile.

De ce anume aveți nevoie pentru a realiza felicitări decupate

Ca mobilier, vă trebuie **o masă** și **un scaun**. Întrucât veți lucra în poziția așezat timp de câteva ore în continuu (sau cu scurte pauze), este necesar să aveți o poziție cât mai confortabilă. Închipuiți-vă că trebuie să scrieți de mână o scrisoare lungă și căutați poziția optimă pentru a face acest lucru, reglând înălțimea mesei sau a scaunului.

Pe suprafața mesei așezați **o placă de sticlă** format A4 (21 x 29,7 cm) sau mai mare, cu grosimea de 3-5 mm și cu marginile bine șlefuite, pentru a nu vă tăia accidental. Nu este necesar să fixați placa în vreun fel de masă, ea se va menține pe poziție datorită propriei greutăți. Important este să ștergeți periodic această placă de sticlă cu vată și spirt, ca să o mențineți curată, deoarece pe ea veți tăia cartonul felicitării. Altfel riscați să murdăriți felicitarea. Foarte important este să aveți și dvs. mâinile curate și unghiile tăiate cât mai scurt.

Instrumentarul folosit înseamnă, în principal, **cutterele**, care sunt de două feluri: **1) cutterele gen stilou**, cu lamă suplă și compactă și **2) cutterele clasice de birou**, cu lamă formată din porțiuni detașabile. Primele au avantajul că se manevrează foarte ușor – sunt ideale pentru decupajele de finețe, gen ace de brad sau curbe foarte strânse – în

schimb se uzează ceva mai repede. Pe de altă parte, cutterele clasice pot fi "reascuțite" imediat, prin detașarea porțiunii uzate (în plus, în comerț există și seturi de rezerve de lame), mai greu este însă la tăieturile de mici dimensiuni; trebuie un oarecare antrenament până să puteți realiza fără cusur un arc de cerc cu raza de 1 mm, de exemplu.

Soluția este să păstrați pe masă, la îndemână, ambele tipuri de cuttere. Cu cele obișnuite, de birou, faceți tăieturile lungi, curbate ușor sau cu unghiuri, în timp ce cutterele gen stilou le folosiți la porțiunile mai migăloase. În acest fel obțineți și acuratețe, și o viață mai lungă pentru instrumentar. **Important! După ce veți căpăta experiență, veți descoperi că puteți lucra foarte bine (și ieftin) doar cu cuttere de birou.**

Lipiciul se folosește la lipirea cartonului interior, care dă contrastul modelului felicitării. El poate fi lichid sau sub formă de pastă. Un singur tub vă este suficient pentru cca 100 de felicitări, deoarece lipirea se face doar în câteva puncte, nu pe întreaga suprafață. Ca urmare, prețul lipiciului per felicitare este nesemnificativ.

Unele modele de felicitări conțin, de exemplu, multe găuri de dimensiuni mici, care imită ninsoarea. Aceste găuri le puteți realiza cu rapiditate și la o calitate perfectă folosind **un cleşte-preducea** (se comercializează în magazinele Praktiker, la prețuri între 150.000 și 460.000 de lei). Este un instrument asemănător cu cel folosit de controlorii CFR pentru perforarea biletelor. Astfel, preducelele sunt în fapt tuburi de diverse diametre (2-5 mm), care se montează într-un cap circular fixat între fălcile unui cleşte sau patent. La manevrarea cleștelui, cartonul este presat între capătul activ al preducelei, care este ascuțit, și un mic platan metalic sudat pe falca opusă a cleștelui. Preduceaua străpunge cartonul felicitării, lăsând o gaură circulară cu marginile curate.

La magazinele Praktiker se găsesc și preducele simple, fără cleşte. Le puteți folosi și în această variantă, poziționându-le capătul activ în locul dorit pe cartonul felicitării și lovindu-le ușor în celălalt capăt cu un ciocan de cauciuc (exact ca și cum ați bate un cui). Ca suport de lucru, utilizați un covoraș de cauciuc dur sau chiar un caiet vechi. Indiferent că folosiți cleștele-preducea sau preduceaua simplă, rețineți faptul că **puteți suprapune două-trei cartoane și să le găuriți pe toate simultan**. Obțineți astfel o economie de timp considerabilă.

Decuparea propriu-zisă

În momentul în care vă aşezaţi la masa de lucru, este bine să aveţi pregătite materialele pentru toate cele 25-30 de felicitări pe care v-aţi propus să le realizaţi în ziua respectivă. Astfel, cartoanele, atât cele exterioare, cât şi cele interioare, trebuie să fie tăiate sub formă de dreptunghiuri la dimensiunile finale, iar tiparul trebuie să fie deja imprimat (desenat) pe verso-ul cartoanelor exterioare. Practicaţi chiar şi îndoiturile mediane după care se va face plierea felicitărilor, astfel încât singurele lucruri care să vă mai preocupe să fie precizia şi acurateţea tăieturilor.

Poziţionaţi pe placa de sticlă cartonul ce urmează a fi decupat, cu tiparul în sus. Faţa felicitării, cea dinspre privitorul felicitării finite, va fi deci în contact cu suprafaţa sticlei, de aceea este atât de important ca această suprafaţă să fie foarte curată. Ţineţi cutterul în mână exact cum aţi ţine un stilou, dar **cu lama perpendiculară pe carton**, şi începeţi să tăiaţi cartonul după conturul tiparului, fără să vă grăbiţi. Reguli de respectat:

• începeţi întotdeauna cu detaliile, cu elementele mici, pentru că ele se taie mai uşor când bucata de carton e compactă şi are rigiditatea maximă;

• dacă aveţi unghiuri ascuţite, practicaţi tăieturile **înspre** vârful unghiului, nu **dinspre** vârf, altfel există riscul să boţiţi cartonul;

• la porţiunile curbe, ţineţi cutterul cât de cât fix şi rotiţi cartonul. În acest mod conturul curbei va fi urmat cu mult mai multă precizie;

• atunci când se intersectează două linii de tăiere, nu mergeţi cu tăietura strict până în punctul de intersecţie, ci depăşiţi acest punct cu cca o jumătate de mm. Această depăşire nu va fi vizibilă pe faţa felicitării, în schimb aveţi avantajul că decuparea va fi completă şi nu riscaţi ca porţiunea decupată să rămână prinsă într-un colţ (de obicei, dacă tăietura nu e completă, trebuie să intraţi din nou cu cutterul în zona respectivă, iar asta înseamnă pierdere de timp);

• forţa de apăsare a lamei pe carton o reglaţi pe parcurs, după ce căpătaţi experienţă. O apăsare prea moale nu străpunge complet cartonul şi bucata decupată nu se desprinde curat, iar o apăsare prea energică poate duce la zgârierea sticlei, lucru care

vă va incomoda la tăieturile ulterioare. Până vă acomodați cu tehnica de tăiere, faceți pauze de câteva minute după fiecare felicitare, ca să vă dezmorțiți degetele și să evitați apariția bătăturilor;

• dacă vă abateți puțin de la linia conturului, nu este nici o tragedie, pe fața felicitării nu se va vedea nimic în neregulă. Și nu interesează pe nimeni că o anumită linie trebuia să fie de fapt cu 1 mm mai la dreapta sau la stânga;

• când folosiți carton mai subțire, de 215 g/mp, **puteți suprapune două bucăți de carton și să le tăiați simultan**. La modelul cu clopoțel, de exemplu (pag. 30), liniile de tăiere sunt largi, nu aveți detalii minuțioase și merge să aplicați această tehnică, sporindu-vă în mod semnificativ productivitatea.

Cea mai importantă recomandare este însă următoarea: **NU VĂ DESCURAJAȚI!** Operația de decupare nu este simplă și, mai ales în faza de început, veți vedea că lucrurile nu ies chiar cum trebuie. Nimeni nu s-a născut însă cu cutterul în mână. A face felicitări decupate este, totuși, o meserie și, ca orice meserie, nu se poate învăța peste noapte – aveți nevoie de cel puțin câteva zile de exercițiu.

Chiar și după ce veți stăpâni bine tehnica de lucru și tăieturile vă vor ieși foarte bine, veți avea momente în care vă veți gândi că e prea multă migăleală, că stați prea mult la o felicitare, că vă plictisiți. Toate aceste gânduri vor dispărea ca prin farmec atunci când felicitarea va fi terminată și veți vedea cât e de frumoasă și, mai ales, când veți vedea reacția celor din jur față de ea. **Nu pierdeți din vedere faptul că elementul pentru care clienții acceptă să vă dea bani este tocmai această migăleală care transformă două bucăți de carton într-o mică bijuterie. Dacă produsul ar fi fost mai simplu de realizat, prețul lui ar fi fost mult mai mic și, în mod sigur, ar fi apărut și concurența.**

Primul pas pe care îl aveți de făcut: luați o bucată oarecare de carton (o copertă groasă de caiet, de exemplu), trasați pe ea la întâmplare niște contururi închise, apoi decupați-o cu cutterul pe sticlă, urmărind respectivele contururi. Este cea mai simplă și mai ieftină metodă pentru a vă "împrieteni" cu cutterul și cu cartonul. Practicați exercițiul acesta timp de câteva zeci de minute pe zi și urmăriți progresele pe care le faceți. Întotdeauna priviți rezultatul pe fața opusă celei pe care realizați tăierea, pentru că acolo tăieturile arată cel mai bine.

După ce mâna v-a devenit mai sigură, puteți să vă construiți un șablon (vezi instrucțiunile de mai jos). Folosiți acest șablon pentru a trasa tiparul pe un carton mai aspectuos și apoi începeți să realizați prima dvs. felicitare, urmărind succesiunea de etape de la paginile 1-4. Datorită antrenamentului anterior, rezultatele ar trebui să fie promițătoare.

Cum vă construiți propriile șabloane? Faceți o copie xerox după tiparul dorit din acest ghid și decupați apoi hârtia după conturul dreptunghiular al modelului felicitării. Obțineți astfel un dreptunghi de hârtie de 14 x 10 cm sau 10 x 20 cm, după caz, pe care îl poziționați peste o bucată mai groasă de carton, de exact aceleași dimensiuni. Fixați cele două bucăți una de alta cu două agrafe de birou, cu o coală de indigo între ele.

Trasați conturul tiparului cu un pix sau un creion astfel încât el să se imprime cu ajutorul indigoului pe cartonul de dedesubt. Luați apoi acest carton și decupați-l cu cutterul, pe o bucată de geam, și îndepărtați porțiunile decupate. Odată încheiată decuparea, șablonul e gata.

Ori de câte ori veți dori să faceți felicitări cu modelul în cauză, luați șablonul, poziționați-l cu precizie peste cartonul viitoarei felicitări (pe verso-ul ei), apoi trasați liniile de contur cu un creion ascuțit. E recomandabil ca această operație să o faceți la începutul zilei de muncă pentru toate cartoanele pe care vreți să le decupați în acea zi.

Strategii de comercializare

Pentru comercializarea felicitărilor decupate există o metodă foarte practică și foarte la îndemână: este suficient să stabiliți colaborări cu diverse magazine (librării, papetării, magazine de cadouri, de decorațiuni etc.) care, contra unui procent din vânzări (10-15%) să fie de acord să găzduiască în incinta lor un stativ rotativ cu felicitările dvs. și să se ocupe totodată și de vânzarea lor propriu-zisă. Pot fi chiar și magazine mici de cartier (de confecții, de încălțăminte, buticuri), important este ca **stativul să fie expus într-un loc foarte vizibil**, astfel încât clienții să ia imediat contact cu el.

Dacă felicitările sunt lucrate cu mare atenție la detalii și au un aspect șic, fiți convins că ele le vor stârni imediat privitorilor dorința de a le achiziționa. Nu uitați că

ele pot fi cumpărate nu numai pentru a fi trimise cuiva, ci şi pe post de obiecte decorative, pentru a "însufleţi" o vitrină de exemplu. Dorinţa de achiziţionare se naşte spontan, ca urmare nu contează prea mult cadrul în care potenţialii clienţi iau contact cu aceste felicitări.

Această metodă de distribuţie a felicitărilor este avantajoasă din toate punctele de vedere: patronii pot câştiga un comision frumuşel sacrificând doar un sfert de metru pătrat din spaţiul lor (atât ocupă stativul cu felicitări), iar dvs. nu trebuie decât să treceţi o dată la câteva zile pe la fiecare punct de vânzare pentru a realimenta stativul cu felicitări şi pentru a colecta banii.

Dacă reuşiţi să puneţi la punct o relaţie de acest gen cu patronii a două-trei magazine este suficient: dacă fiecare dintre aceste magazine vinde fie şi numai 10 felicitări pe zi, aţi vândut practic tot ce aţi produs în ziua precedentă. Cele mai avantajoase sunt magazinele frecventate de turiştii străini (situate în holurile hotelurilor), magazinele de lux (orice fel de magazin de lux, indiferent că vinde haine, cosmetice sau bijuterii) şi, mai ales, **FLORĂRIILE**. **Florării există în orice oraş şi este clar că cine intră aici are ceva de sărbătorit: aniversarea cuiva, o cununie, un botez, o mutare în casă nouă etc. Dacă tot achiziţionează un buchet de flori de câteva sute de mii de lei, cu siguranţă va fi dispus şi să dea câteva zeci de mii de lei pe o felicitare de excepţie, care să însoţească buchetul.**

Important! Când mergeţi pentru prima oară într-un astfel de magazin, cu scopul de a iniţia o colaborare de succes cu patronul respectiv, trebuie să respectaţi câteva reguli de bun simţ: mergeţi îmbrăcat în ţinută de afaceri, înmânaţi o carte de vizită atractivă (chiar dacă sunteţi doar persoană fizică), prezentarea felicitărilor o faceţi arătând o mapă aspectuoasă cu mostre, fiecare mostră având o etichetă cu cod şi cu preţ, vorbiţi calm, fără să vă precipitaţi. Prima impresie e decisivă, iar cineva care se prezintă ca un profesionist şi face o primă impresie favorabilă va fi ascultat cu mare atenţie.

Dar cel mai important argument al dvs. va fi până la urmă **aspectul felicitărilor**! Mare grijă aşadar la fineţea tăieturilor, precum şi la calitatea (culoarea) cartoanelor folosite: o felicitare grena cu carton interior alb este OK; aceeaşi felicitare, dar pe carton galben-pai cu carton interior bleu, este un kitsch. Puteţi chiar testa diferite

combinații de culori, dar fiți convins în orice moment că nimic nu poate compensa bunul-gust şi preocuparea pentru a oferi un produs de calitate.

În continuare aveți prezentat un model de contract de consignație, pe care va trebui să îl încheiați cu fiecare magazin în parte.

CONTRACT DE CONSIGNAȚIE

Încheiat astăzi .....
la .....

I. PĂRȚILE CONTRACTANTE

1.1. S.C. ..... cu sediul social în .....str. ..... nr. ..... bloc ..... sc ..... etaj ..... apartament.....localitatea.....județ/sector.....
înregistrată la Registrul Comerțului .....
sub nr. .....din ....., cod fiscal nr. ..... din ....., având contul nr.....deschis la ....., reprezentant .....,
cu funcția de ....., în calitate de consignatar, pe de o parte, şi

1.2. S.C. ..... cu sediul social în .....str. ..... nr. ..... bloc ..... sc ..... etaj ..... apartament.....localitatea.....județ/sector.....
înregistrată la Registrul Comerțului .....
sub nr. .....din ....., cod fiscal nr. ..... din ....., având contul nr.....deschis la ....., reprezentant .....,
cu funcția de ....., în calitate de consignant, pe de o parte,

au convenit să încheie prezentul contract de consignație, cu respectarea următoarelor clauze:

II. OBIECTUL CONTRACTULUI

2.1. Obiectul contractului îl constituie vânzarea bunurilor încredințate de consignant consignatarului, bunuri menționate mai jos/în lista anexă care face parte integrantă din prezentul contract, astfel:

Nr. crt.	Denumirea bunurilor	U/M	Prețul cuvenit consignantului	Valoarea totală	Comisionul cuvenit consignatarului	Suma cuvenită consignantului

2.2. Bunurile sus-menționate/din lista anexă sunt ale consignantului şi acesta poate dispune de ele până în ziua vânzării lor.

2.3. Consignantul poate oricând relua şi ridica toate sau o parte din bunurile încredințate consignatarului, fără nici un fel de preaviz, dar cu obligația plății comisionului convenit.

III. TERMENUL CONTRACTULUI

3.1. Durata contractului este de ..... şi începe să curgă de la data semnării lui.

3.2. Durata contractului se poate prelungi cu acordul părților, dat în scris, în josul sau pe spatele acestuia.

IV. PREȚUL CONTRACTULUI

4.1. Consignatarul achită consignantului suma ce i se cuvine, pe măsura vânzării bunurilor prevăzute în prezentul contract/lista anexă, reținând direct comisionul ce i se cuvine.

4.2. Consignatarul achită consignantului sumele care i se cuvin, pe bază de chitanță semnată de ambele părți, aceasta constituind dovada achitării şi, respectiv, încasării acestora.

V. OBLIGAȚIILE PĂRȚILOR

5.1. Consignatarul se obligă:

a) să ia toate măsurile unui bun comerciant pentru conservarea, în stare bună, a lucrurilor ce i-au fost încredinţate, răspunzând de orice lipsă, pierdere sau deteriorare a lor provenită din culpa sa, a agenţilor ori prepuşilor săi;
b) să asigure bunurile ce i s-au încredinţat la o societate de asigurare acceptată şi de consignant;
c) să păstreze mărfurile primite în ambalajele lor originale şi să conserve intacte, etichetele, mărcile şi orice alte semne exterioare, astfel cum se află aplicate pe bunuri, în vederea identificării lor;
c) să permită consignantului să verifice şi/sau să inventarieze, oricând, mărfurile încredinţate în consignaţie;
d) să comunice în scris viciile aparente sau ascunse ale bunurilor încredinţate, în caz contrar considerându-se că bunurile au fost primite de consignatar în stare bună;
e) să suporte toate cheltuielile de conservare şi de desfacere a bunurilor primite în consignaţie de la consignant;
f) să nu vândă sau să nu înstrăineze bunurile ce i-au fost încredinţate în consignaţie decât în condiţiile prevăzute în contract;
g) să ţină evidenţa contabilă a tuturor operaţiunilor referitoare la bunurile încredinţate în consignaţie astfel încât controlul şi verificarea lor să se poată efectua în mod corespunzător, la prima cerere a consignantului;
h) să-l înştiinţeze pe consignant, la termenele prevăzute în contract, de toate vânzările făcute de el din bunurile ce i s-au încredinţat în consignaţie;
i) să achite consignantului, la termenele prevăzute în contract, preţul tuturor bunurilor vândute cu numerar;

5.2. Consignantul se obligă:
a) să predea consignatarului bunurile prevăzute de prezentul contract, la termenele şi în condiţiile stabilite în cadrul acestuia;
b) să ridice bunurile nevândute în termen de ..... de la data încheierii termenului prevăzut de prezentul contract. În cazul în care consignatarul nu se prezintă să ridice bunurile în acest termen, contractul se prelungeşte, de drept, cu ..... zile, sub rezerva reducerii preţului de vânzare cu ..... % faţă de cel iniţial.

VI. RĂSPUNDERI

6.1. În afară de pedepsele şi sancţiunile prevăzute de lege pentru neexecutarea totală sau parţială ori pentru executarea defectuoasă a clauzelor contractuale, partea în culpă este obligată să plătească daune-interese astfel:.....
.....
.....

6.2. Amânările şi toleranţele acordate consignatarului de către consignant pentru predarea sumelor sau a valorilor ori pentru restituirea bunurilor, precum şi primirea de cambii sau alte garanţii de către consignant nu înlătură pedepsele sau sancţiunile prevăzute de lege.

6.3. a) În cazul în care, la expirarea termenului de ridicare a bunurilor, consignantul nu le ridică pe cele rămase nevândute, este obligat la plata, pentru fiecare zi de întârziere, a unei penalităţi de ..... % pe ....., consignatarul având dreptul de a reţine bunurile în contul creanţei.
b) Dacă creanţa ajunge egală cu preţul bunurilor, acestea devin proprietatea consignatarului.

VII. FORŢA MAJORĂ

7.1. Nici una dintre părţile contractante nu răspunde de neexecutarea la termen sau/şi de executarea în mod necorespunzător – total sau parţial – a oricărei obligaţii care îi revine în baza prezentului contract, dacă neexecutarea sau executarea necorespunzătoare a obligaţiei respective a fost cauzată de forţa majoră, aşa cum este definită de lege.

7.2. Partea care invocă forţa majoră este obligată să notifice celeilalte părţi, în termen de ..... (zile, ore), producerea evenimentului şi să ia toate măsurile posibile în vederea limitării consecinţelor lui.

7.3. Dacă în termen de ..... (zile, ore) de la producere, evenimentul respectiv nu încetează, părţile au dreptul să-şi notifice încetarea de plin drept a prezentului contract fără ca vreuna dintre ele să pretindă daune-interese.

VIII. NOTIFICĂRI

8.1. În accepţiunea părţilor contractante, orice notificare adresată de una dintre acestea celeilalte este valabil îndeplinită dacă va fi transmisă la adresa/sediul prevăzut în partea introductivă a prezentului contract.

8.2. În cazul în care notificarea se face pe cale poştală, ea va fi transmisă, prin scrisoare recomandată, cu confirmare de primire şi se consideră primită de destinatar la data menţionată de oficiul poştal primitor pe această confirmare.

8.3. Dacă notificarea se trimite prin telex sau telefax, ea se consideră primită în prima zi lucrătoare după cea în care a fost expediată.
8.4. Notificările verbale nu se iau în considerare de nici una dintre părţi, dacă nu sunt confirmate, prin intermediul uneia dintre modalităţile prevăzute la alineatele precedente.

IX. LITIGII
9.1. Părţile au convenit ca toate neînţelegerile privind validitatea prezentului contract sau rezultate din interpretarea, executarea ori încetarea acestuia să fie rezolvate pe cale amiabilă de reprezentanţii lor.
9.2. În cazul în care nu este posibilă rezolvarea litigiilor pe cale amiabilă, părţile se vor adresa instanţelor judecătoreşti competente.

XI. CLAUZE FINALE
10.1. Modificarea prezentului contract se face numai prin act adiţional încheiat între părţile contractante.
10.2. Prezentul contract, împreună cu anexele sale care fac parte integrantă din cuprinsul său, reprezintă voinţa părţilor şi înlătură orice altă înţelegere verbală dintre acestea, anterioară sau ulterioară încheierii lui.
10.3. În cazul în care părţile îşi încalcă obligaţiile lor, neexercitarea de partea care suferă vreun prejudiciu a dreptului de a cere executarea întocmai sau prin echivalent bănesc a obligaţiei respective nu înseamnă că ea a renunţat la acest drept al său.
10.4. Prezentul contract a fost încheiat într-un număr de ..... exemplare, din care ..... astăzi ....., data semnării lui.

Consignatar, Consignant,

Comerţul pe Internet

În ultimul timp, Internet-ul a devenit o variantă demnă de luat în considerare. Odată ce aţi pus la punct un magazin pe Internet (magazin virtual), vă puteţi desfăşura activitatea strict de la domiciliu, fără să mai aveţi nevoie de distribuitori. Primiţi comenzile direct de pe site, produceţi felicitările şi apoi le expediaţi în sistem ramburs.

Principiile sunt aceleaşi ca în cazul unei activităţi comerciale tradiţionale, singura diferenţă constând în faptul că nu există un spaţiu real în care se expune marfa (deci, nu există un magazin "fizic"). Totul se întâmplă pe Internet. "Vitrinele" magazinului sunt de fapt pagini web, alcătuite din texte, imagini statice sau imagini animate, desene şi orice alte artificii ce pot atrage atenţia unui vizitator. Respectivul vizitator se uită prin "vitrine" şi alege ce îi place, având posibilitatea ca printr-un singur click de mouse să "zboare" la un alt magazin. Nu există, deci, un contact direct cu publicul, totul se efectuează prin intermediul Internet-ului.

Ca şi în cazul unui magazin clasic, şi în magazinul virtual există raioane grupate pe domenii, există rafturi, există coş de cumpărături şi casă de marcat, doar că toate acestea sunt virtuale – ele fiind amplasate pur şi simplu pe ecranul monitorului şi putând fi accesate cu ajutorul mouse-ului. De exemplu, să presupunem că magazinul dvs. are zece pagini web, fiecare cu specificul ei (Felicitări de Crăciun, Felicitări de

Paşte, Felicitări de 1-8 Martie, Felicitări de Botez, Felicitări de Anul Nou etc.) şi fiecare având înglobat sistemul de comandă. Clientul poate trece de la o pagină la alta, alegând felicitările care îi convin şi punându-le într-un coş virtual (prezent pe fiecare pagină sub forma unei casete sau a unei comenzi: "Adaugă în coş"). La sfârşit, o casă de marcat virtuală va calcula totalul preţurilor felicitărilor comandate de client, apoi acesta va trece pe un formular de comandă virtual adresa, numărul de telefon, datele de identificare ale firmei (dacă este cazul), e-mail-ul şi modalitatea de plată dorită, după care vă va transmite respectivul formular (prin e-mail). Iar dvs. îi veţi expedia prin poştă normală felicitările solicitate.

La nivel mondial, plata cea mai frecventă este cu cartea de credit. România este însă atipică în acest domeniu, sistemul plăţii cu cartea de credit fiind foarte puţin folosit. De aceea, varianta cea mai eficientă este expedierea în sistem ramburs. **Nu uitaţi ca la preţul normal al felicitărilor să adăugaţi şi taxele de expediţie (în jur de 5.000 de lei pentru o felicitare de 40.000 de lei)!**

De ce este avantajos să vă deschideţi un magazin virtual?

Motivele sunt următoarele:

- **Este ieftin**

Un magazin virtual nu presupune un spaţiu costisitor. Se evită astfel cheltuielile legate de chirie, întreţinere şi cele legate de depozitare. De asemenea, nu mai plătiţi vânzători.

- **Este deschis non-stop**

Magazinele virtuale nu se închid niciodată. Acest serviciu este la dispoziţia clientului 24 de ore din 24. Avantajul este evident: magazinele virtuale pot fi vizitate chiar şi după închiderea programului dvs. de lucru.

- **Este foarte comod pentru client**

De foarte multe ori clienţii mai timizi se sperie de bunăvoinţa exagerată a unei vânzătoare. Ei vor să fie lăsaţi în pace, să studieze îndelung marfa. Sunt mai nehotărâţi, comandă ceva şi vor să renunţe, dar le este ruşine de cei din jur. Magazinul virtual îi oferă clientului o mare intimitate şi, în plus, dacă acesta doreşte să renunţe la una dintre felicitările comandate, un simplu click de mouse rezolvă elegant situaţia.

- **Nu vă trebuie un spaţiu comercial**

Spaţiul unde vă desfăşuraţi activitatea poate fi chiar la dvs. acasă.

- **Puteți atrage clienți de oriunde**

Internetul nu ține cont de granițe. Dacă aveți și o versiune în engleză a magazinului virtual pe care îl promovați, clienții pot fi din toată lumea.

- **Aveți posibilitatea să oferiți asistență promptă și nelimitată**

Pentru clienții care vor informații în plus, puteți să realizați un formular de sugestii sau să oferiți o adresă de e-mail la care să fiți contactat. Avantajul este că aveți un timp mai mare de gândire până la trimiterea unui e-mail de răspuns decât ați avea în situația unui telefon direct de la un client.

Dacă doriți să vedeți cum arată un magazin virtual care comercializează felicitări, vizitați: www.invitatii.ro

Cum puteți deschide un magazin virtual?

În primul rând aveți nevoie de o conectare foarte bună la Internet și de un abonament pentru găzduirea unui site web. Apoi, trebuie să angajați un specialist care să vă programeze magazinul virtual.

Aveți neapărată nevoie de un domeniu personalizat, de genul www.numefirmă.ro. Acest domeniu se cumpără de la Institutul de Cercetări în Informatică (ICI) care deține monopolul pe tot ceea ce înseamnă domeniu ".ro." Acest domeniu costă 61 USD (inclusiv TVA). Odată cumpărat, domeniul vă va aparține pe termen nelimitat. Pentru detalii, contactați o firmă de web design din orașul dvs., pe care o găsiți consultând un ghid gen "Pagini Aurii".

Recomandări finale privind comercializarea felicitărilor

Pe lângă vânzarea prin intermediul diverselor magazine sau prin Internet, mai există și varianta vânzării la tarabă, în zonele special amenajate cu ocazia Sărbătorilor de Iarnă, de 1-8 Martie sau de Paște (în fiecare oraș există cel puțin o astfel de zonă, situată de obicei în locul cel mai circulat). Vânzarea la tarabă este avantajoasă deoarece permite expunerea foarte vizibilă a felicitărilor și într-un loc cu vad, în schimb are dezavantajul că funcționează doar câteva săptămâni pe an, în jurul datelor mai sus amintite. Aceste câteva săptămâni vă pot fi însă suficiente pentru obținerea unor câștiguri consistente, cu condiția să aveți deja pregătite stocuri de câteva mii de

felicitări (asta înseamnă ca pentru Crăciun să începeți să lucrați pe la sfârșitul lui septembrie).

Acordați o atenție sporită și stabilirii prețului, iar pentru asta ghidați-vă strict după timpul în care vindeți o anumită cantitate de felicitări. Astfel, dacă cei 40 de clopoței pe care îi produceți într-o zi îi vindeți a doua zi într-o jumătate de oră, cu 30.000 de lei, în mod evident trebuie să măriți prețul. Încercați 50.000 de lei și vedeți ce se întâmplă. Prețul și ritmul de vânzare depind strict de zona în care faceți comercializarea: în cartierele de la periferie lucrurile merg mai slab, în centru e altceva.

Veți descoperi că **o felicitare cum este trandafirul de pe coperta ghidului o puteți vinde și cu 120.000-150.000 de lei**, cu condiția să reușiți să stabiliți relații de colaborare cu magazine de lux din orașele mari. Nu are importanță dacă locuiți sau nu într-un astfel de oraș: dvs. produceți felicitările la domiciliu, apoi, o dată la una-două săptămâni, mergeți la magazinul cu care ați stabilit colaborarea, plasați noul stoc de felicitări și încasați banii pentru ce s-a vândut deja. Dat fiind că marja de profit per bucată este foarte mare, puteți avea în vedere inclusiv piața din București, chiar dacă locuiți la 200 km depărtare.

În general, căutați acele magazine (locuri) frecventate de oameni pentru care 75.000-100.000 de lei nu înseamnă mare lucru. Așa cum am mai spus, nu are rost să oferiți felicitările cu 30.000 de lei și să scăpați rapid de ele, scopul dvs. este să le vindeți cu prețul maxim pe care îl acceptă piața. Producția este oricum limitată și trebuie să stabiliți un echilibru între această ofertă limitată și cerere, apelând la instrumentul PREȚ. Mult succes!

O ultimă recomandare, legată de creșterea productivității: când decupați un model dintr-un carton colorat (roșu, de exemplu), **nu aruncați resturile, adică acele bucățele decupate care rezultă în urma operației.** Acestea se pot lipi pe un alt carton alb, formând o altă felicitare – același model, dar pe negativ. Priviți, de exemplu, imaginile de la paginile 1-4: porțiunile decupate, adică ramurile brăduțului, pot fi aranjate și lipite pe fața unui carton alb îndoit în două, reconstituind astfel brăduțul inițial. Operațiile de aranjare și lipire nu sunt laborioase și astfel, **la o singură decupare, obțineți, practic, două felicitări**.

GLOSAR

Aerisire
Separarea colilor de hârtie.

Agent de înălbire
Agent de înălbire optică. Aditiv care face hârtia mai strălucitoare prin fluorescenţă.

Agenţi de umplere
Substanţe aditive care se adaugă hârtiei şi cartonului, cum ar fi cleiul sau creta.

AOX
Metodă de măsurare a compuşilor clorurați organici eliberaţi în sursele de apă. O parte din aceşti compuşi sunt inofensivi, în timp ce restul pot produce daune ecosistemului.

Carton
Termen generic pentru hârtie consistentă, de cele mai multe ori multistrat, cu gramaje variind între 160 şi 500 g/mp, în unele cazuri chiar mai mare; este folosit adesea pentru ambalaje sau aplicaţii grafice.

Carton aglomerat
Carton multistrat format dintr-un strat superior de celuloză înălbită, în timp ce miezul şi stratele inferioare sunt formate din fibre reciclate. Stratul inferior de pe spatele cartonului poate fi acoperit cu un alt strat de celuloză înălbită sau nu, după caz. În Europa cartonul aglomerat este numit carton duplex.

Carton duplex
Carton multistrat format dintr-un strat superior de celuloză înălbită, un strat median din celuloză mecanică (celuloză termomecanică sau măcinată) şi un strat inferior din celuloză înălbită sau nu. Numele în sine are rezonanţă istorică şi provine din timpurile când cartonul era format din două straturi, cel superior conţinând celuloza înălbită iar cel inferior celuloza măcinată.

Carton liant
Denumire pentru un sortiment de hârtie fină (liantă), cu greutatea de bază de aproximativ 170g/m2.

Carton multistrat
Carton compus din mai multe straturi, superior, mediu şi inferior.

Carton omogen
Constă dintr-unul sau mai multe straturi fabricate din acelaşi material, cum ar fi celuloza pură sau de alt tip. Frecvent este folosit ca alternativă termenul „carton solid".

Carton pentru cutii pliante
Denumirea curentă a cartonului duplex.

Carton triplex
Fosta denumire pentru carton multistrat echilateral.

Carton unistrat
Constă dintr-unstrat de carton fabricat din acelaşi material, de obicei pe o sită Fourdrinier.

Celuloză
Elementul de bază al pereţilor celulelor tuturor plantelor. Toate plantele conţin ţesuturi care, corect procesate, vor produce celuloza.Bumbacul în stare brută conţine aprox. 91% celuloză naturală în cea mai pură formă. Alte surse de fabricare a hârtiei sunt cânepa (77%), lemnul de esenţă moale sau tare (57% până la 65%).

Celuloză (pastă chimică)
Materie primă pentru fabricarea hârtiei constând din fibre de celuloză, obţinute printr-un proces de fierbere chimică. Este metoda sulfatului sau sulfitului.

Celuloză măcinată
Celuloză mecanică fabricată într-un defibrator cu prese în care buştenii sunt măcinaţi de o „piatră" cu suprafaţa foarte rugoasă.

Celuloză magnefit
Celuloză fabricată pe baza unui bisulfit de magneziu.

Celuloză mecanică
Materie primă pentru industria de hârtie constând din fibre care au fost eliberate prin mijloace mecanice.

Celuloză sulfat
Celuloză chimică care foloseşte în procesul de fabricaţie metoda sulfatului.

Celuloză sulfit
Celuloză chimică care foloseşte în procesul de fabricaţie metoda bisulfitului de calciu.

Cilindru yankee
Cilindru de uscare cu dimaetru mare şi suprafaţă lustruită.

CLB (Closed loop bleaching)
Ciclu de înălbire închis, denumire dată metodei prin care se asigură inexistenţa emisiilor chimice din procesul de înălbire.

Coală de hârtie
Coală rectangulară de hârtie disponibilă în diferite formate (opusul este hârtia endless).

COD
Metoda de măsurare a emisiilor de materiale consumatoare de oxigen din apă. Materialele consumatoare de oxigen includ particule de fibre vegetale, amidon etc. Acestea necesită oxigen pentru a se descompune, ducând astfel la „sufocarea" faunei şi florei acvatice.

Coeficient de rezistenţă a suprafeţei
Măsurarea coeficientului de rezistenţă a hârtiei sau cartonului perpendicular pe suprafaţa sa.

Componente tricromatice
Modelul CIE. Simţul culorii la majoritatea persoanelor este determinat de 3 curbe de sensibilitate (roşu, verde şi albastru sunt cele trei culori pe care ochiul le detectează şi le combină), iar rezultatul se numeşte component tricromatic.

Condiţionare
Regularizarea temperaturii şi umidităţii.

Contrast
Diferenţa dintre suprafeţele tipărite şi netipărite.

Conţinut de umezeală
Greutatea apei în materialul umed faţă de greutatea totală a materialului.

Conversii RGB
Există trei scale: A: 0-255, B: 0-FF şi C: 0-100%. Scara FF este aceeaşi cu scara 255, scrisă hexazecimal (baza 16 care foloseşte numere de la 0 la 9 şi continuă cu ABCDEF). A/B: se împarte la 16, se scoate întregul şi se înmulţeşte cu 16 din nou. Exemplu: 204/16=12.75; 12/C şi 0.75x16=12/C. Deci 204 este echivalent cu CC. A/C: se împarte cu 2.55. Exemplu: 204/2.55=80. Deci 204 este echivalent cu 80%.

Corectură Chromalin
Probă de tipar chimică în policromie. Arată cu aproximaţie aspectul produsului final tipărit pe hârtie cu suprafaţă foarte netedă (cretată, satinată). În cazul tipăririi pe hârtie necretată, tonurile vor fi diferite de cele care apar pe corectura chromalin.

Cretare prin presare
Aplicaţie tehnică în care pelicula de cretare este presată de un cilindru placat cu crom extrem de lustruit. Rezultatul este un grad foarte mare de luciu.

CTMP (Celuloză chemo-termomecanică)
Celuloză mecanică. Este produsă în instalaţia de rafinare cu disc, unde aşchiile de lemn sunt mai întâi impregnate cu sustanţe chimice şi încălzite la temperaturi foarte ridicate înainte de a fi măcinate.

Delta E
Metodă de măsurare pentru a estima deviaţia culorii. Se calculează după cum urmează folosind valorile L*, a* şi b* măsurate prin metoda CIELAB: $\Delta E = (\Delta L \times 2 + \Delta a \times 2 + \Delta b \times 2)\ 1/2$.

Densitate
1. Metodă de măsură a compactităţii hârtiei – densitatea este calculată matematic ca raport dintre greutatea de bază şi grosimea hârtiei. 2. Contrast/înnegrire – măsurarea intensităţii culorii pe o suprafaţă tipărită.

Destrămarea suprafeţei
Particule şi fibre care se desprind de pe suprafaţa hârtiei şi cauzează defecte de tipar.

Deşeu de hârtie
Hârtie sau carton respins din punct de vedere tehnic la un moment dat în timpul procesului de fabricare şi care este, de obicei, refolosit ulterior.

Direcţia fibrei
Direcţia în care majoritatea fibrelor se întind într-o coală de hârtie finită. Alinierea lor este paralelă cu direcţia în care hârtia trece prin maşină de fabricat hârtie. Hârtiile se împăturesc mai bine în direcţia fibrelor.

Durabilitate
Capacitatea hârtiei de a-şi păstra proprietăţile fizice în conformitate cu standardul internaţional ISO 9706.

ECF (Elementary chlorine free)
Metodă de înălbire a hârtiei care foloseşte doar dioxid de clor.

Eliminarea nuanţei de bază
Reducerea pigmentului de cerneală în tonurile gri-neutru şi negru cu separare de CMYK. O mărire în proporţia de culoare neagră compensează această reducere. Avantajul este un strat mai subţire de cerneală, ceea ce înseamnă murdărie mai puţină la tipărire şi un timp mai scurt de uscare.

Fălţuire
Acţiunea de îndoire a hârtiei sau cartonului.

Factor de rezistenţă la rupere
Capacitatea unui material de a rezista la rupere într-o direcţie definită.

Factor de rezistenţă la ud
Factorul de rezistenţă a cartonului ud.

Fibra hârtiei
Fibre mecanice sau chimice.

Fibră de celuloză
Unitate alungită, conică şi groasă care este componenta structurală de bază a plantelor care conţin lemn. În plante, fibrele sunt ţinute împreună de lignină.

Fibră virgină
Fibră de lemn neutilizată anterior pentru fabricarea celulozei, hârtiei sau cartonului.

Fibre reciclate
Fibre din hârtie şi carton care sunt colectate pentru refolosire.

Filigran
Imaginea creată prin presare în formarea hârtiei de către egutor în secţiunea umedă din maşina de fabricat hârtie; poate fi văzută ţinând coala respectivă în lumină.

Filigranare
Forme luminoase sau întunecoase în hârtie produse în secţiunile ude ale maşinii de fabricat hârtie.

Finisare prin calandrare
Proces de satinare care dă un grad superior de luciu şi netezime a suprafeţei hârtiei.

Formare
Distribuţia fibrelor în hârtie sau carton.

Formate (milimetri)

A0	841 × 1189	B0	1000 × 1414
A1	594 × 841	B1	707 × 1000
A2	420 × 594	B2	500 × 707
A3	297 × 420	B3	353 × 500
A4	210 × 297	B4	250 × 353
A5	148 × 210	B5	176 × 250

Grad de alb
Proprietate determinată vizual caracterizată prin strălucire ridicată, grad înalt de difuzie a luminii şi minimum de culoare.

Gramaj
Greutatea în grame pe metru pătrat a hârtiei sau cartonului. Mai este numită şi greutate de bază.

Greutate de bază
Greutatea hârtiei sau cartonului pe un metru pătrat, spre exemplu 100 g/m2.

Hârtie
O coală omogenă formată din fibre de celuloză neregulat combinate.

Hârtie autocopiativă
Hârtie care permite realizarea de copii multiple fără straturi intermediare de hârtie cu carbon. Hârtia transformă presiunea într-o reacţie colorată care transferă imaginea pe copie. Hârtiile autocopiative sunt în principal folosite pentru facturi, chitanţe, voucher-e, ordine de plată etc.

Hârtie bază
Materialul iniţial care urmează să fie cretat.

Hârtie materie primă
Materia iniţială pentru fabricarea hârtiei. Este compusă din fibre şi aditivi dizolvaţi în apă.

Hârtie calandrată
Hârtie care a fost netezită şi compactizată între rolele unui calandru, mai mult sau mai puţin lucioasă (calandrată lucios sau mat). Efectul care se produce în calandru este rezultatul combinat dintre temperatură şi presiune.

Hârtie caşerată
Hârtie sau carton acoperit cu un material subţire pentru obţinerea unei suprafeţe mai bune.

Hârtie cretată
Hârtie bază care a fost cretată cu o peliculă, formată în principal dintr-o pastă cleioasă şi agenţi lianţi, care îmbunătăţeşte calităţile suprafeţei hârtiei.

Hârtie cu aglomerări
Hârtie fabricată din celuloză cu aglomerări şi fibre reciclate.

Hârtie cu conţinut de lemn
Hârtie care conţine fibre mecanice. Definiţie: toate tipurile de hârtie care conţin mai mult de 10% celuloză mecanică.

Hârtie de biblie
Hârtie specială de gramaj mic, fără conţinut de lemn, uneori conţinând textile, iar de cele mai multe ori cu conţinut ridicat de umplutură.

Hârtie cerată
Hârtie aproape fără conţinut de lemn care este impregnată cu parafină, ceară sau mixtură de ceară/parafină/plastic.

Hârtie de scris
Hârtie cu greutate mai mică decât hârtia pentru text. Similară cu hârtia pentru corespondenţă, hârtia de scris are o suprafaţă mai netedă. Pretabilă pentru coli cu antet, programe de identitate a firmei şi copii office. Pretabilă pentru pix, cerneală, dactilografiere sau printare.

Hârtie document
Hârtie pentru documente de mare valoare.

Hârtie „endless"
Hârtie înfăşurată pe o rolă (opusul hârtiei în coli).

Hârtie fără conţinut de lemn
Hârtie care nu conţine fibre mecanice. Definiţie: toate tipurile de hârtie care conţin mai mult de 90% celuloză chimică.

Hârtie HWC (Heavy weight coated)
Hârtie cretată cu greutatea de bază mare (peste 100 g/m2), care are conţinut de lemn.

Hârtie lăcuită
Hârtie acoperită cu un strat masiv de cretare, a cărei suprafaţă aisgură o reproducere a imaginii foarte apropiată de original.

Hârtie LWC (Light weight coated)
Hârtie cretată cu greutatea de bază mică cuprinsă între 39-72 g/m2 şi care are conţinut de lemn.

Hârtie MWC (Medium weight coated)
Hârtie cretată cu greutatea de bază medie până la 100 g/m2.

Hârtie necretată
Opusul hârtiei cretate. Adesea are o suprafaţă neregulată.

Hârtie pentru copiator
Hârtie necretată, fără conţinut de lemn, albă sau colorată, în formate A4 şi A3.

Hârtie OCR
Hârtie pentru recunoaşterea caracterelor optice. Este caracterizată de un înalt grad de puritate.

Hârtie offset
Hârtie cu suprafaţă necretată şi uneori neregulată.

Hârtie pentru etichete
Hârtii cretate pe una din feţe care se pretează tiparului offset şi gravurii în 4 culori. Aceste hârtii se pretează de asemeni lăcuirii, bronzului şi embosării. Ele sunt de trei tipuri: standard, rezistente la apă şi rezistente la apă şi substanţe alcaline.

Hârtie reciclată
Hârtie fabricată din deşeuri pre şi post consumer. Hârtia folosită este fiartă în soluţii chimice, decernelizată şi readusă în faza de pastă de lemn care este apoi folosită pentru fabricarea unei noi hârtii.

Hârtie rezistentă la apă
Hârtie tratată chimic, suficient de rezistentă la rupere sau destrămare atunci când este saturată cu apă.

Hârtie rezistentă la substanţe alcaline
Hârtie care nu devine marmorată sau decolorată sau care nu îşi schimbă culoarea atunci când intră în contact cu produse alcaline ca săpunul sau aditivii.

Hârtie rezistentă tip sulfat (Kraft)
Hârtie fabricată din celuloză sulfat (kraft), înălbită sau nu cu sulfat de ulei de tal. Aplicaţiile sunt hârtie de ambalaj sau stratul exterior al cartoanelor ondulate.

Hârtie termică
Hârtie cretate pe o faţă, termosensibilă, folosită pentru tipărirea de text şi imagine pe aparatele fax, termoplottere şi termoprintere.

Hârtie ULWC (Ultra light weight coated)
Hârtie cretată cu greutatea de bază foarte mică, sub 39 g/m2 şi care are conţinut de lemn.

Înălbire
Metode de scoatere a ligninei şi răşinii din hârtie, făcând-o astfel mai rezistentă. De asemenea, hârtia devine mai uşoară.

Încleierea răşinii
Metoda de fabricaţie care face hârtia impermeabilă.

Lăcuire
Operaţia prin care o peliculă subţire de lac este depusă pe coala tipărită pentru a proteja produsul final de uzură sau rupere şi pentru a mări gradul de luciu.

Laminare
Operaţia prin care o folie subţire este depusă pe coala tipărită pentru a proteja produsul final de uzură sau rupere, pentru a îmbunătăţi durabilitatea şi pentru a mări gradul de luciu (laminarea se poate face şi cu finisaj cu aspect mat). Asigură o protecţie mai bună decât lăcuirea, fiind mai rezistentă.

Lignina
Substanţa care ţine la un loc fibrele de celuloză într-un arbore.

Linie de fălţuire
O linie trasată pe suprafaţa hârtiei pentru a reduce rigiditatea şi facilita fălţuirea, cel mai adesea în cazul cartoanelor.

Lucios
Suprafaţa lucioasă care reflectă lumina, departe de ochi, din această cauză culorile apărând mai dense.

Lungimea şi orientarea fibrei
Direcţia în care majoritatea fibrelor de hârtie se orientează în timpul procesului de producţie, de cele mai multe ori aceasta fiind direcţia maşinii (longitudinală).

Mărire a punctului
Cerneala de tipografie se adună în iregularităţile din suprafaţa hârtiei, în special la hârtia necretată, ceea ce cauzează mărirea punctelor de raster şi, implicit, înnegrirea tipăriturii.

Macheta grafică
Test pe hârtie al tirajului planificat care conţine dimensiunea corectă, numărul de pagini, metoda de legătorie, tipul de hârtie şi gramajul ales.

Mat
Suprafaţă mată sau rugoasă (cu asperităţi), fără luciu, astfel că mai multă lumină este reflectată către ochi iar culorile apar mai puţin dense.

Mini ondulare
Carton ondulat foarte subţire, la care stratul ondulat propriu-zis este mai subţire decât la cartoanele ondulate normale.

Modificare de nuanţă
Schimbare a nuanţei în cazul tipăririi pe hârtie cu suprafaţă neregulată. Fenomenul este vizibil mai ales pe hârtie necretată, ca rezultat al măririi punctelor de raster, reflecţiei inegale a luminii şi a faptului că cerneala intră mai adânc în hârtia necretată.

Netezimea suprafeţei / granulaţie
Denumire generică pentru a descrie textura suprafeţei hârtiei sau cartonului.

Neuniformitate
Măsurarea diferenţei dintre două coli din acelaşi tip de hârtie sau carton.

Nordic SWAN
Certificatul oficial pentru protecţia mediului acordat în statele nordice.

Nox
Nume colectiv pentru oxizii de azot. Aceştia se formează în timpul combustiei din oxigenul din aer. Oxizii de azot contribuie la acidificare şi supralaimentare în cadrul ecosistemului.

Opacitate
Măsurarea non-transparenţei unui material (a nu se confunda cu opacitatea materialului tipărit).

Palet
Stivă ambalată de hârtie sau carton.

PCC (Precipitated calcium carbonate)
Carbonat de calciu precipitat. Este folosit ca agent de umplere şi pigment de cretare.

Planitate
Termen care defineşte gradul de netezime al aşezării hârtiei pe o suprafaţă plană.

Porozitate
Gradul de compactitate al fibrelor de hârtie.

Profilul benzii de hârtie
Variaţia lăţimii în cadrul benzii de hârtie.

Profilul greutăţii de bază
Variaţia greutăţii de bază pe întinderea colii de hârtie.

Profilul umezelii
Variaţia conţinutului de umezeală pe tot întinsul benzii de hârtie.

Rastere stocastice
Este, relativ, un tip nou de raster în care punctele de raster dintr-o imagine au toate aceeaşi dimensiune, dar sunt răspândite cu o intensitate care depinde de cât de luminos sau întunecos va fi colorată porţiunea respectivă a imaginii.

Aceasta spre deosebire de rasterele convenţionale unde mărimea punctelor determină valoarea tonului de culoare.

Reflecţia
Coeficientul de lumină radiată din suprafaţa unui material, lumina provenită din suprafaţa unui alt material sursă, perfect reflectorizant.

Rezistenţa la uzură
Hârtia durabilă poate tolera până la 150 de îndoiri pe cea mai slabă direcţie.

Rigiditate
Capacitatea unui material de a rezista la îndoiri.

Rigiditate la ud
Rigiditatea hârtiei sau cartonului ud.

Satinare
Procedeu din procesul de fabricaţie a hârtiei în care aceasta este trecută şi presată printre valuri pentru a obţine o textură îmbunătăţită.

Saturaţia culorilor
Gradul de densitate a culorii pe care o suprafaţă tipărită o poate avea. Strălucirea culorii este mare pentru hârtia cu suprafaţă netedă şi scăzută pentru hârtia cu suprafaţă neregulată, aşa cum este hârtia necretată.

Acest fenomen se produce din cauză că cerneala intră mai adânc în hârtia necretată.

Stabilitate dimensională
Hârtia are proprietatea de a fi sensibilă la factori externi cum ar fi umiditatea, căldura sau frigul.

Datorită faptului că diferitele tipuri de hârtie îşi schimbă forma sub acţiunea diferiţilor factori externi se poate vorbi de proprietatea hârtiei de a-şi păstra stabilitatea dimensională.

Strălucire
Metoda de măsurare a gradului minim de culoare a hârtiei sau cartonului. Termenul tehnic pentru strălucire este luminanţa sau valoare Y.

Strat „miez"
Strat aflate în mijlocul unui carton multistrat.

Sulf
Poate apărea în emisiile toxice şi creşte aciditatea în mediul înconjurător.

Supracretare cu lamă mecanică
Metoda de cretare în care pelicula de cretare este aşezată uniform pe suprafaţa hârtiei cu ajutorul unei lame metalice.

Toleranţă la îndoire
Măsurarea numărului de îndoiri la care poate fi supusă o hârtie.

Tambur
Dispozitiv de transport al rolelor. Val pe care este depozitată hârtia sau cartonul după terminarea benzii din maşina de fabricat hârtie. Este folosit şi ca nume pentru o rolă finisată de hârtie.

TCF (Totally chlorine free)
Termen care se foloseşte cu referire la celuloza înălbită fără nici un compus chimic care conţine clor.

TMP (Thermo-mecanical pulp)
Celuloză termomecanică. Este fabricată într-un concasor cu disc, unde aşchiile sunt încălzite înainte de concasare.

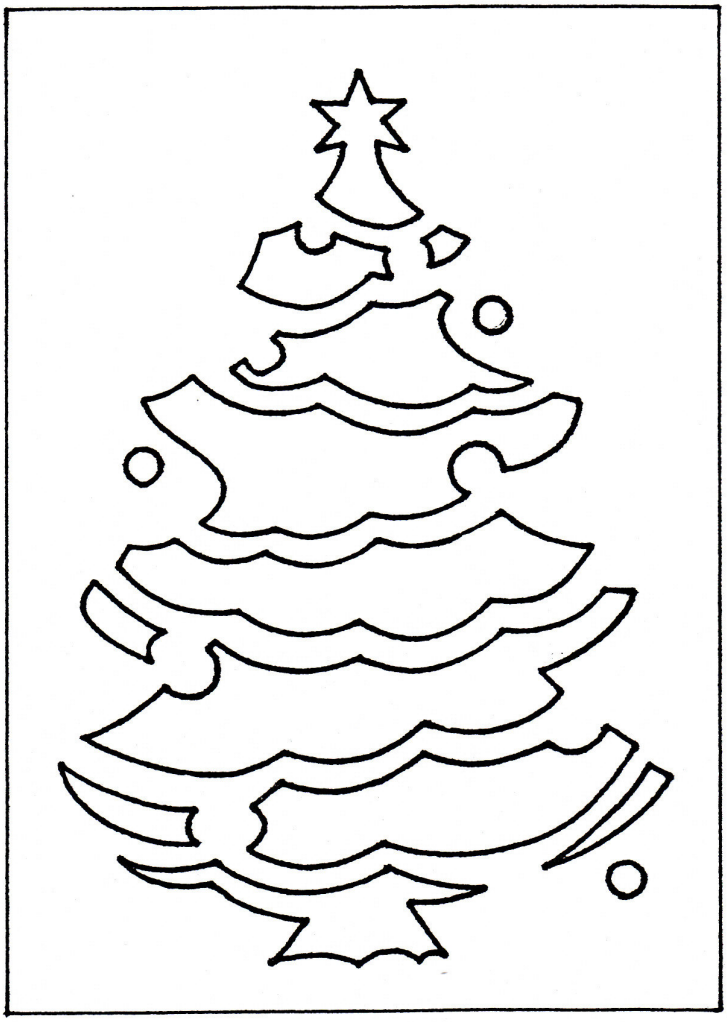
Uniformitate
Măsurarea similarităţii dintre două coli din acelaşi tip de hârtie sau carton.

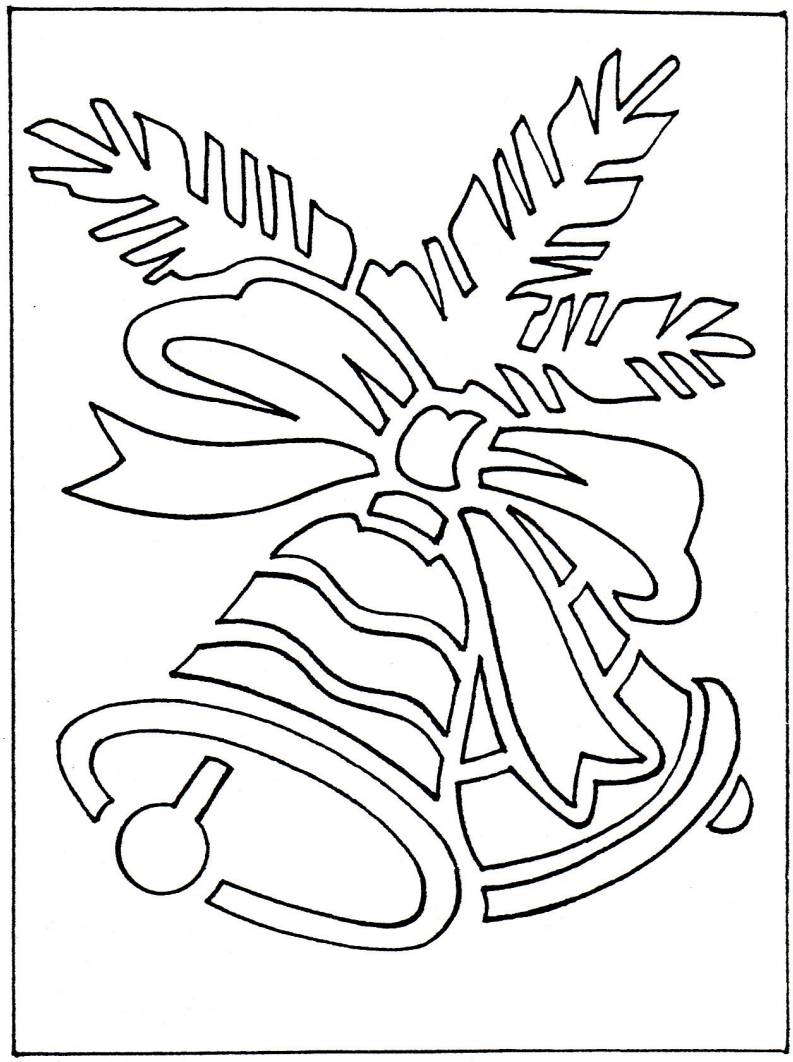
Volum
Metoda de măsurare a grosimii sau voluminozităţii hârtiei. Volumul este determinat matematic ca raport între grosime şi greutatea de bază.

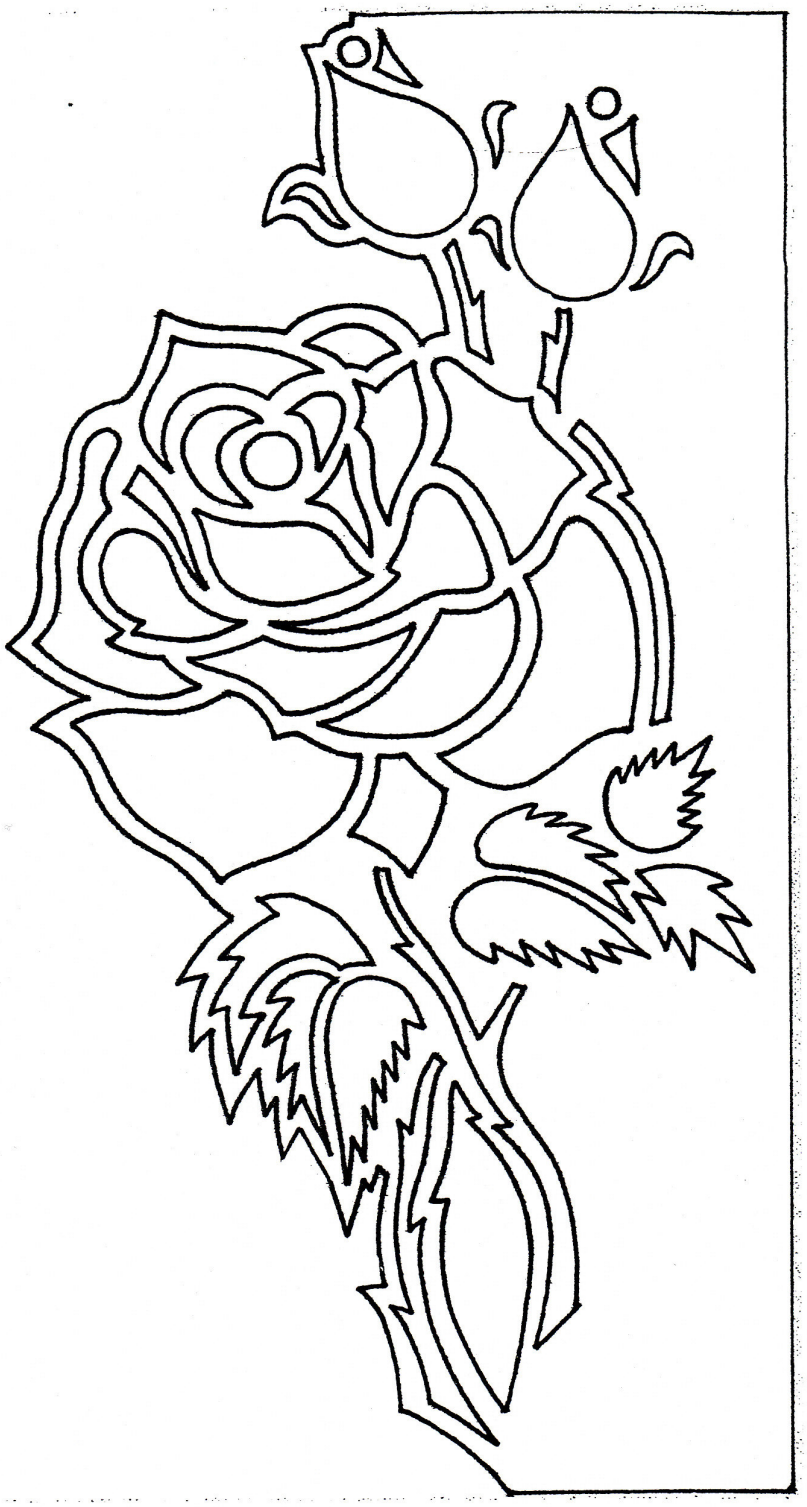
Tipare de lucru

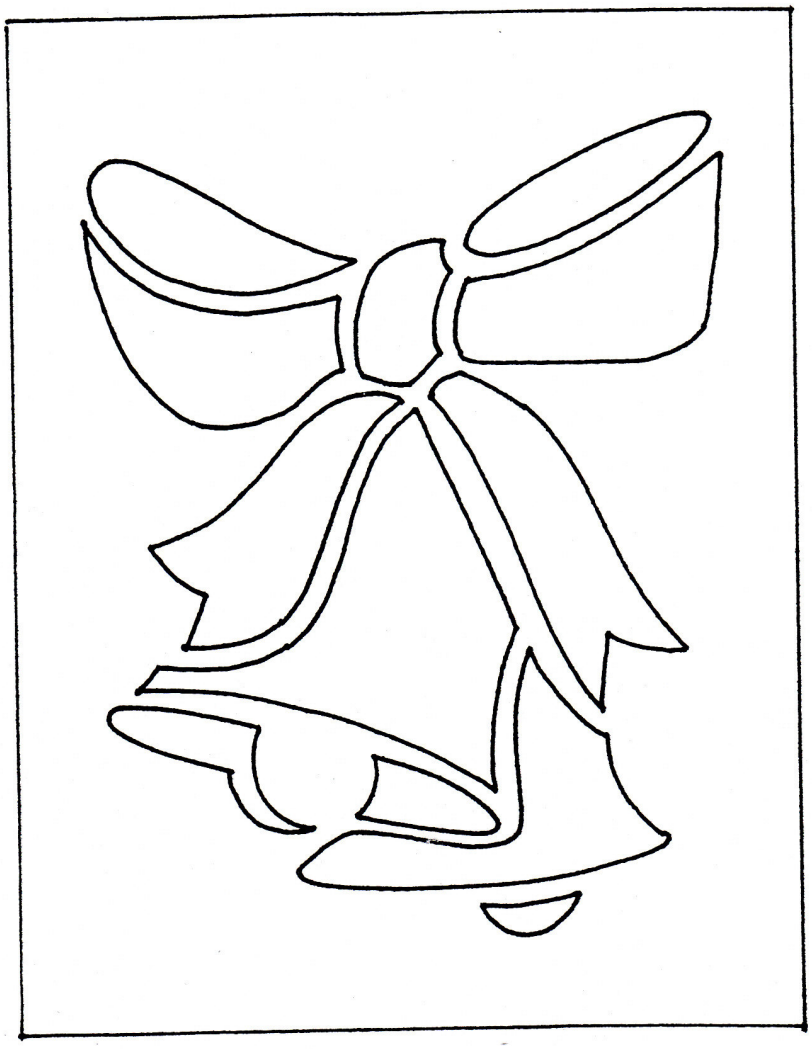
Sunt două categorii de tipare şi, implicit, două tipuri de felicitări: **simple** şi **complexe**. Felicitările simple se realizează în 7-10 minute şi se vând cu 35.000-40.000 de lei (e bine ca ele să fie îmbogăţite cu mic decupaje suplimentare, gen steluţe sau fulgi de zăpadă), la cele complexe se poate lucra chiar şi 45 de minute, dar preţul lor poate depăşi 120.000 de lei.

Nu pierdeţi din vedere faptul că fiecare felicitare se poate realiza atât în varianta clasică – carton exterior roşu şi carton interior alb, cât şi pe negativ – carton exterior alb cu carton interior roşu. Este recomandabil ca stativele dvs. să expună ambele variante, pentru evitarea monotoniei.

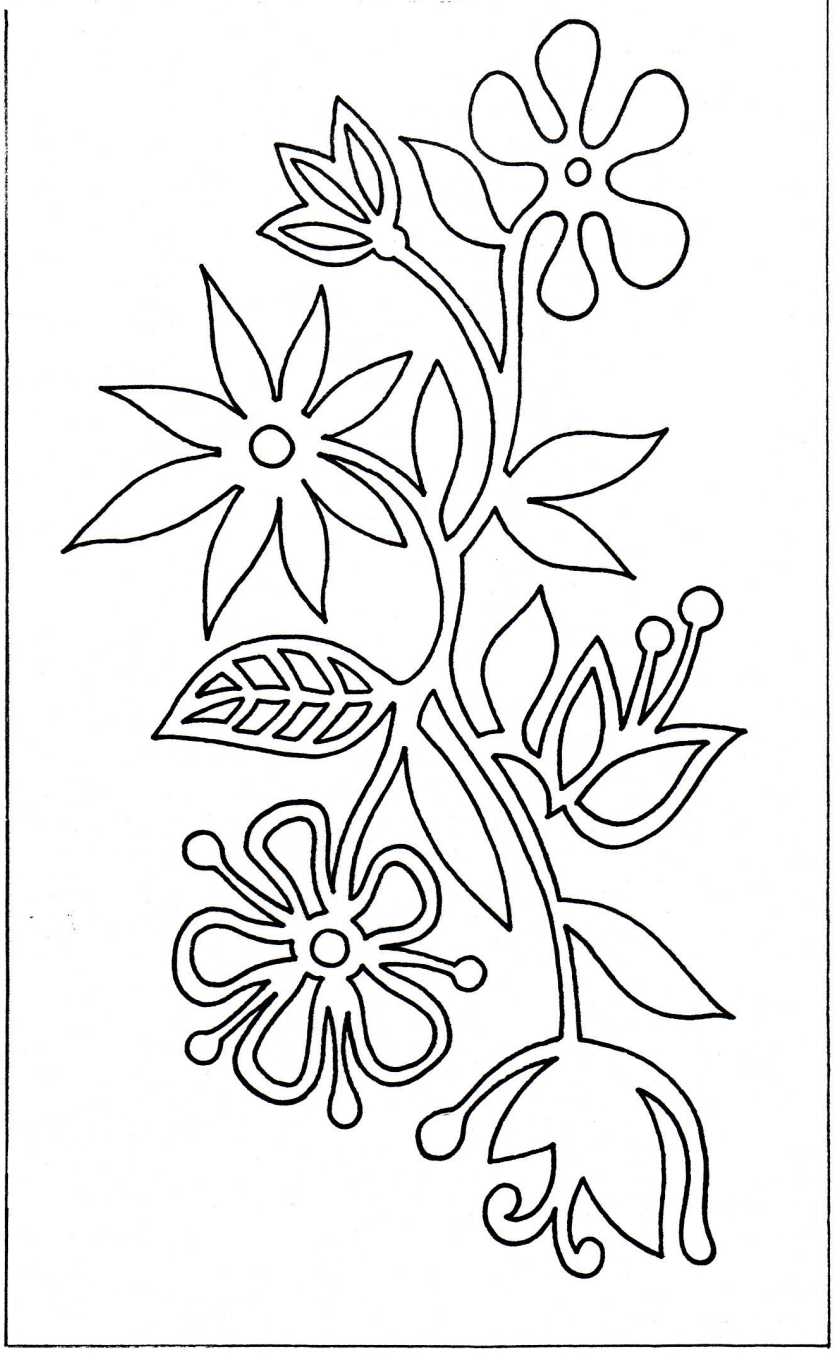




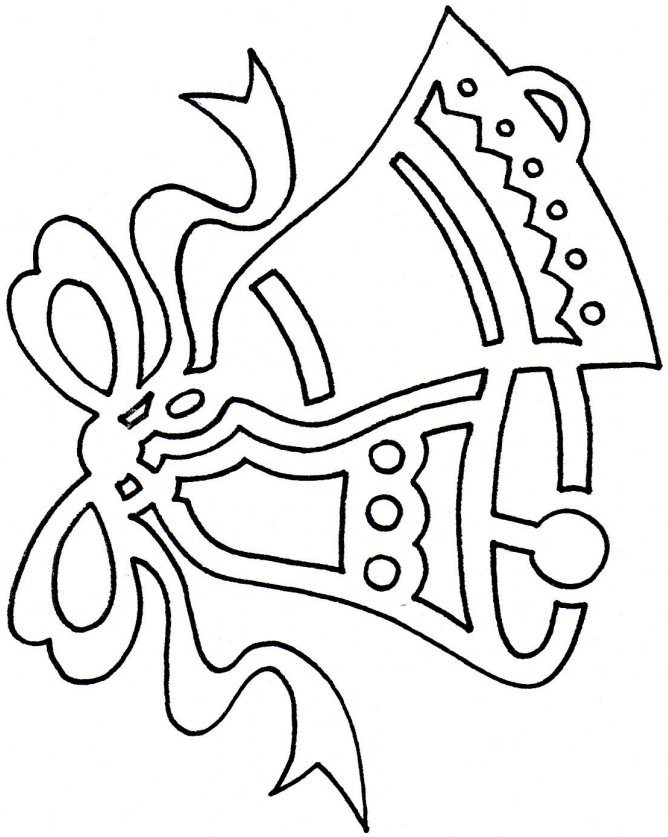


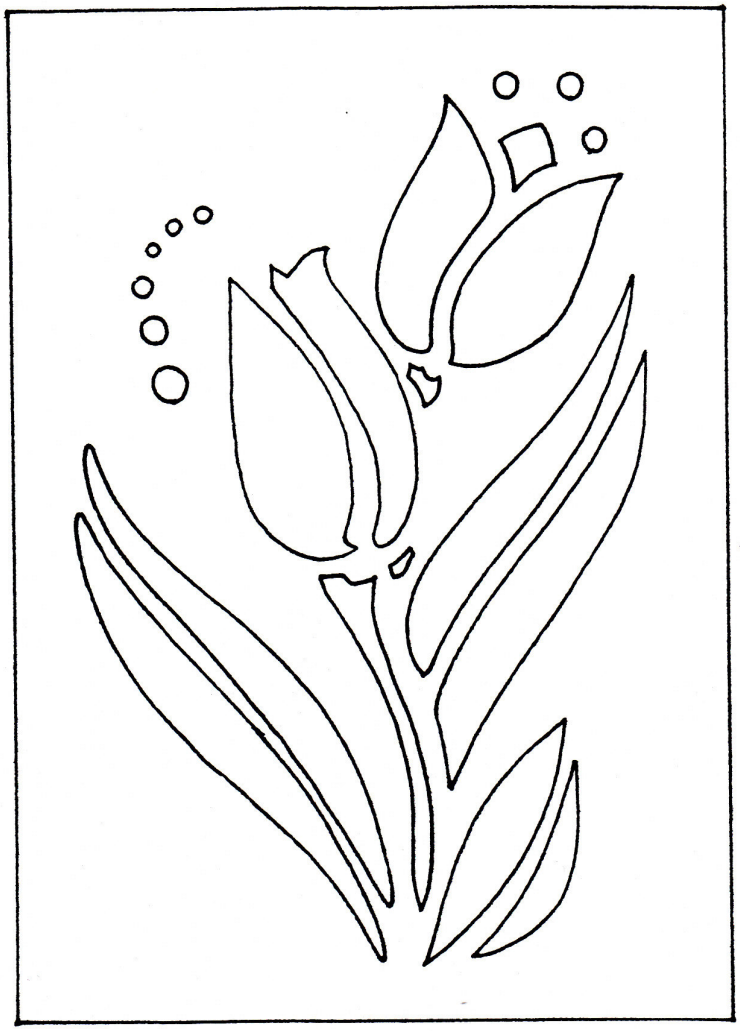


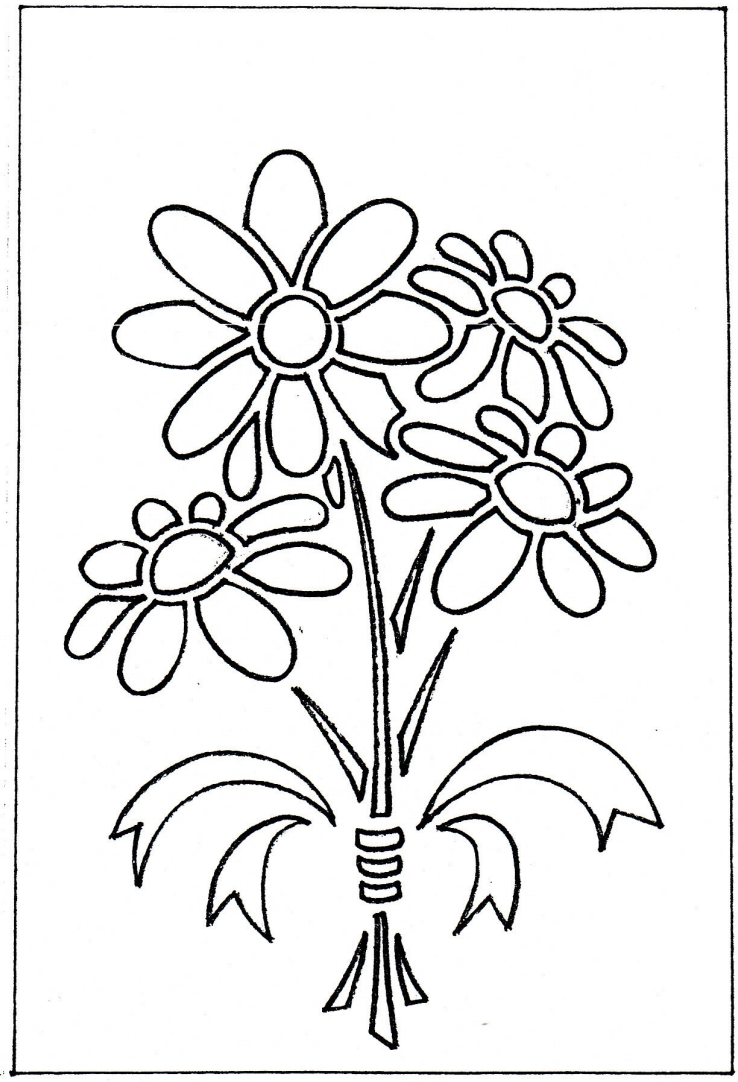
Se decupează după conturul trasat o bucată de carton roşu (Plike Red, 330 g/mp) şi elementul rezultat se lipeşte pe faţa unui alt carton, pliat în două la dimensiunile 11 x 22 cm (Constellation Jade Country, 215 g/mp).



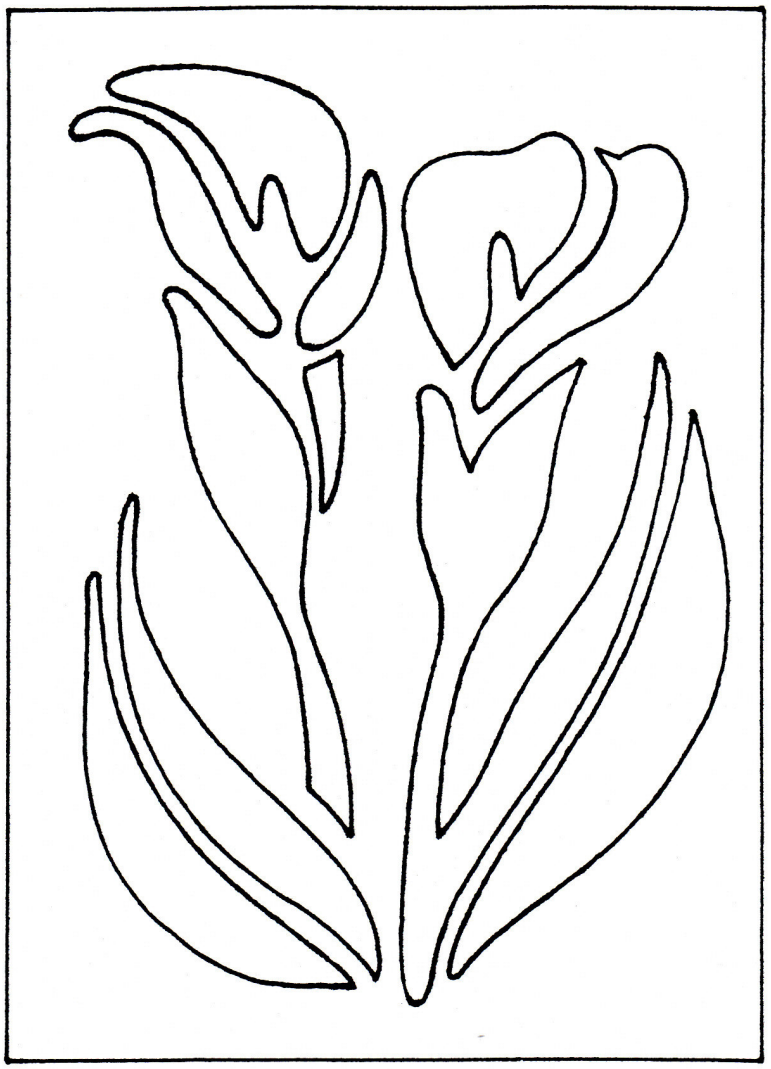
Se decupează după conturul trasat o bucată de carton roşu (Plike Red, 330 g/mp) şi elementul rezultat se lipeşte pe faţa unui alt carton, pliat în două la dimensiunile 11 x 22 cm (Constellation Jade Country, 215 g/mp).

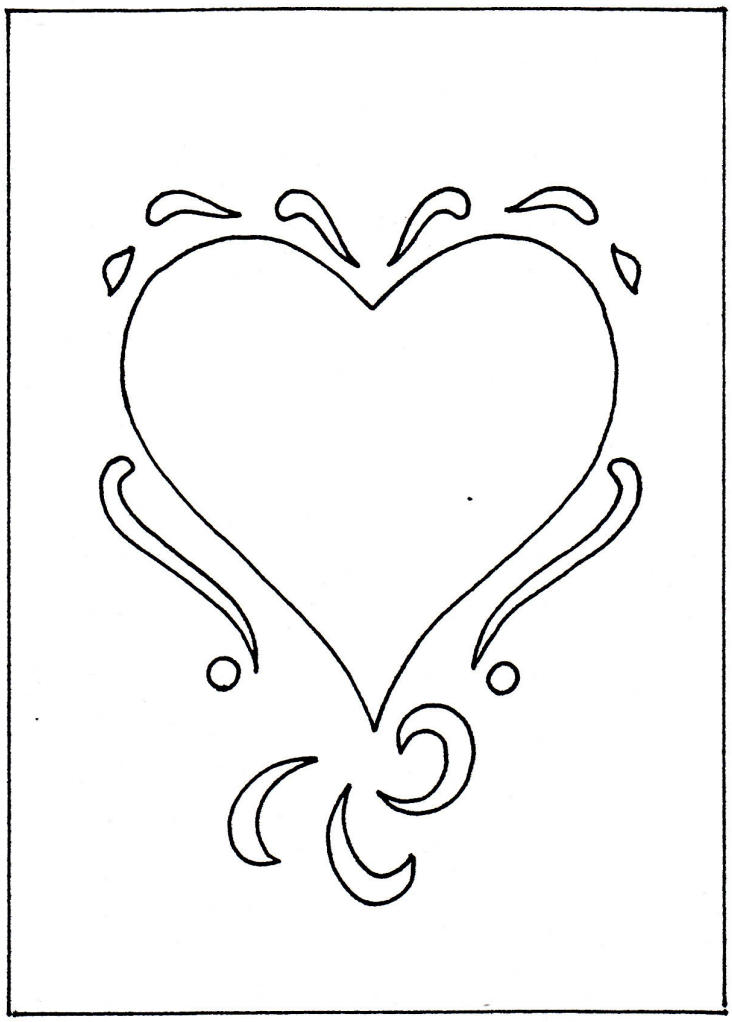


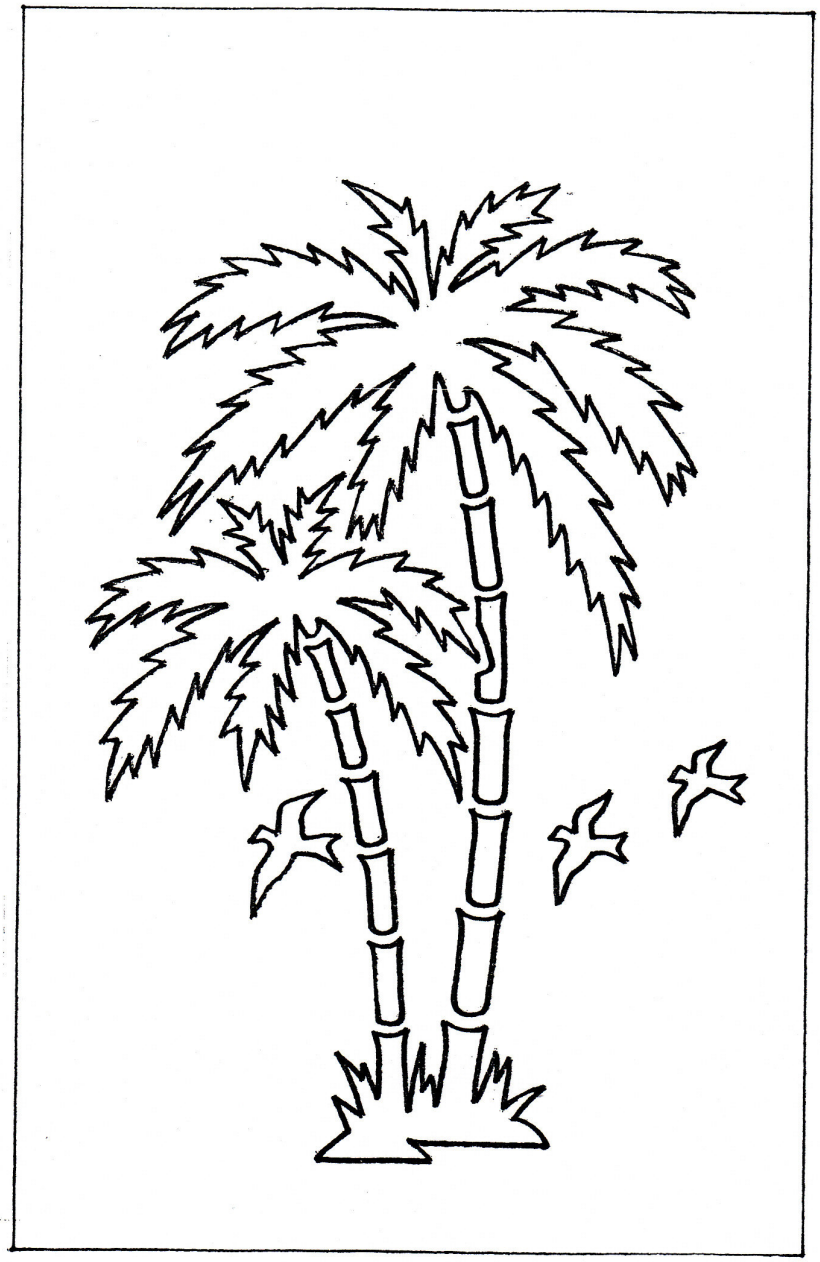


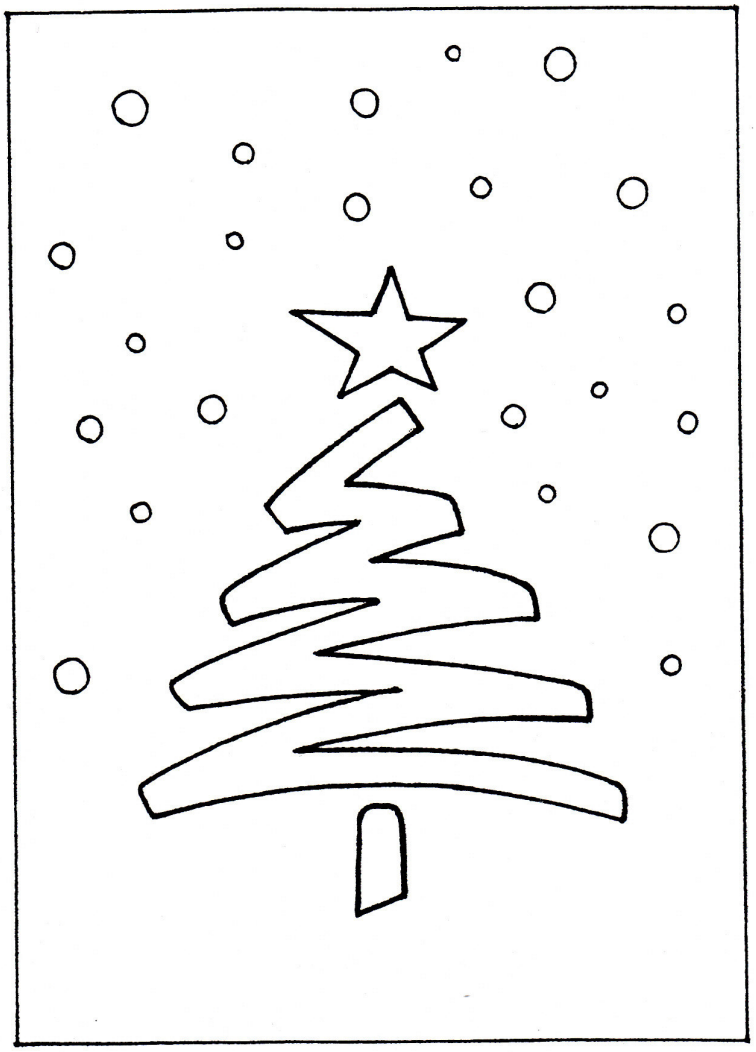


1

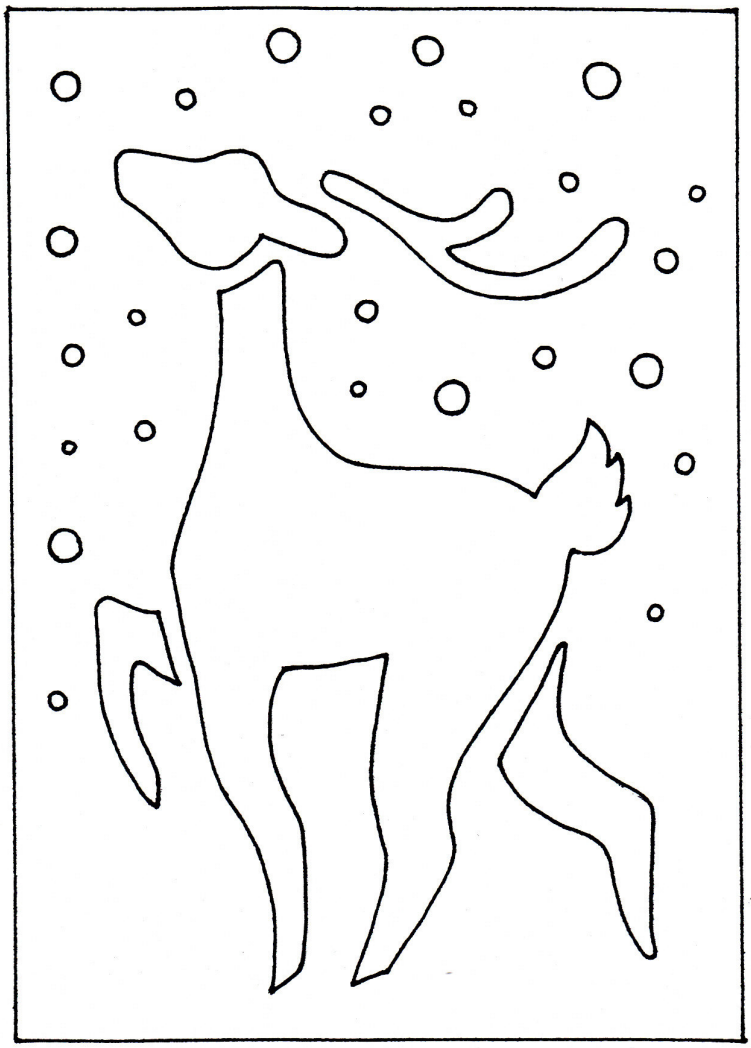


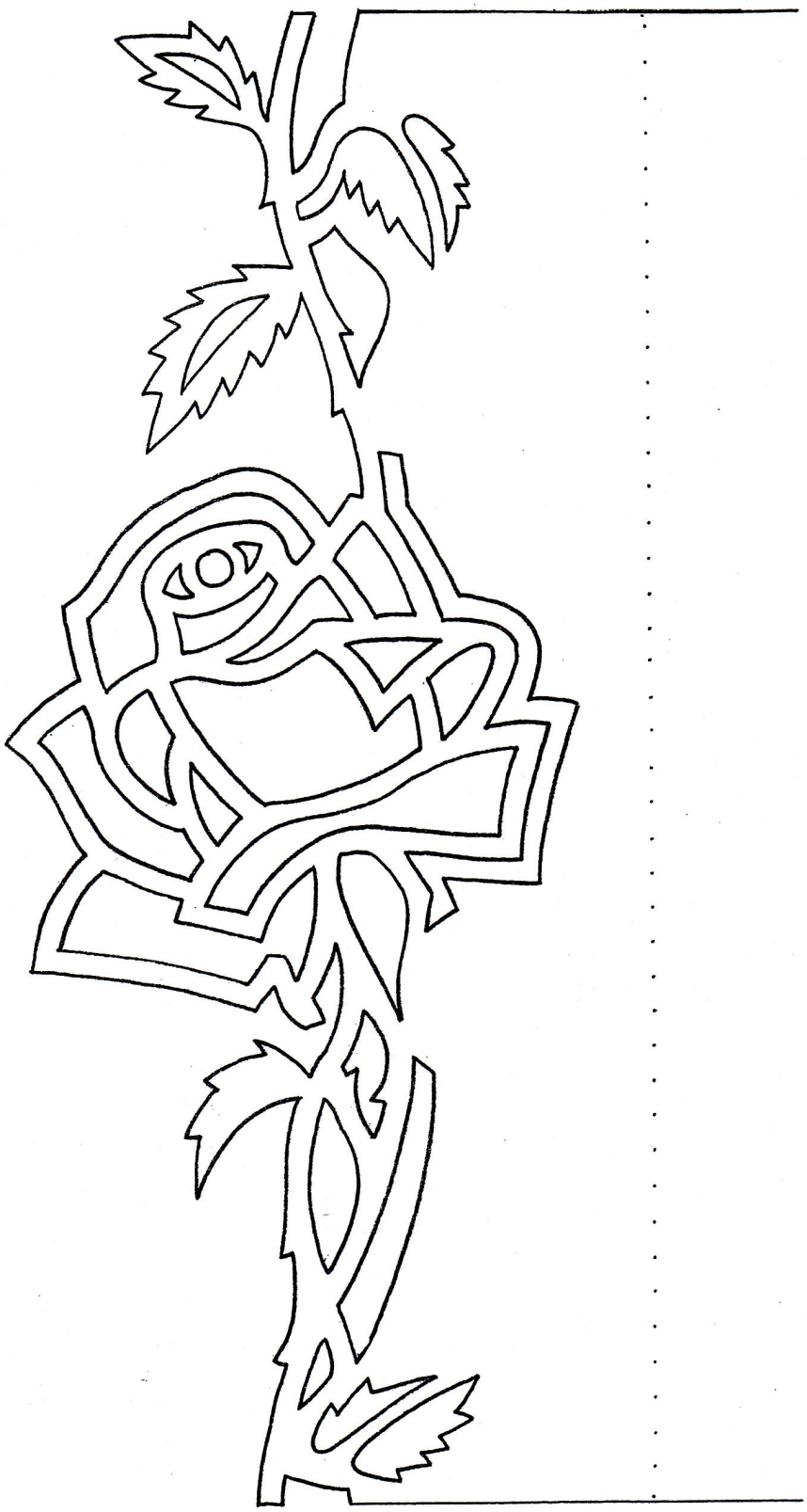


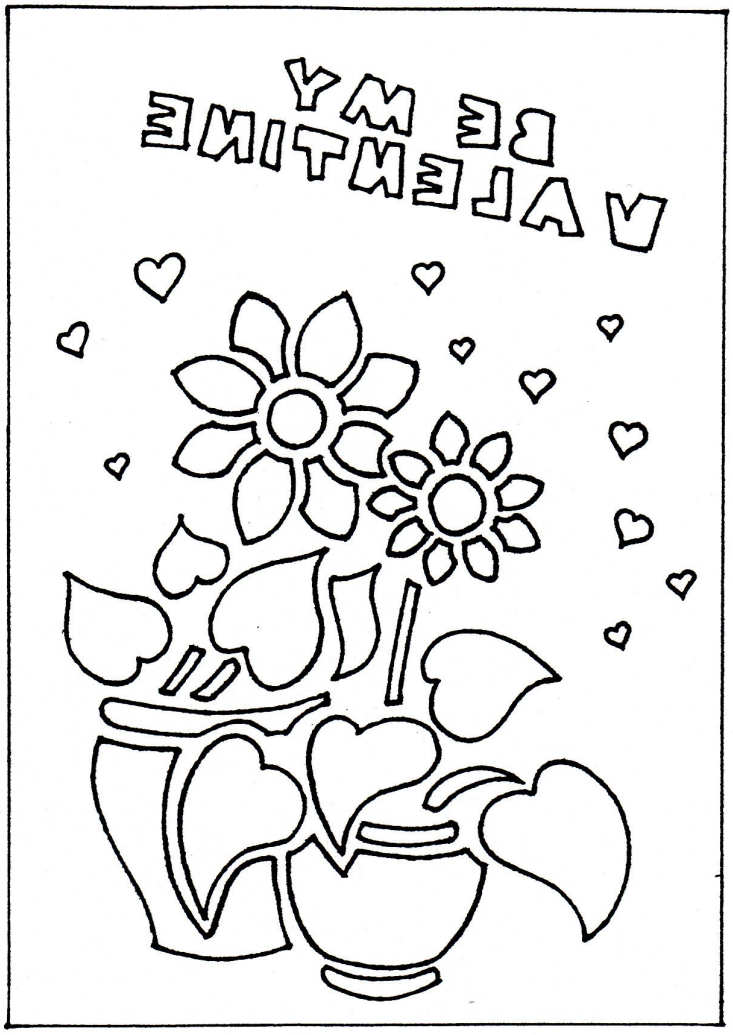


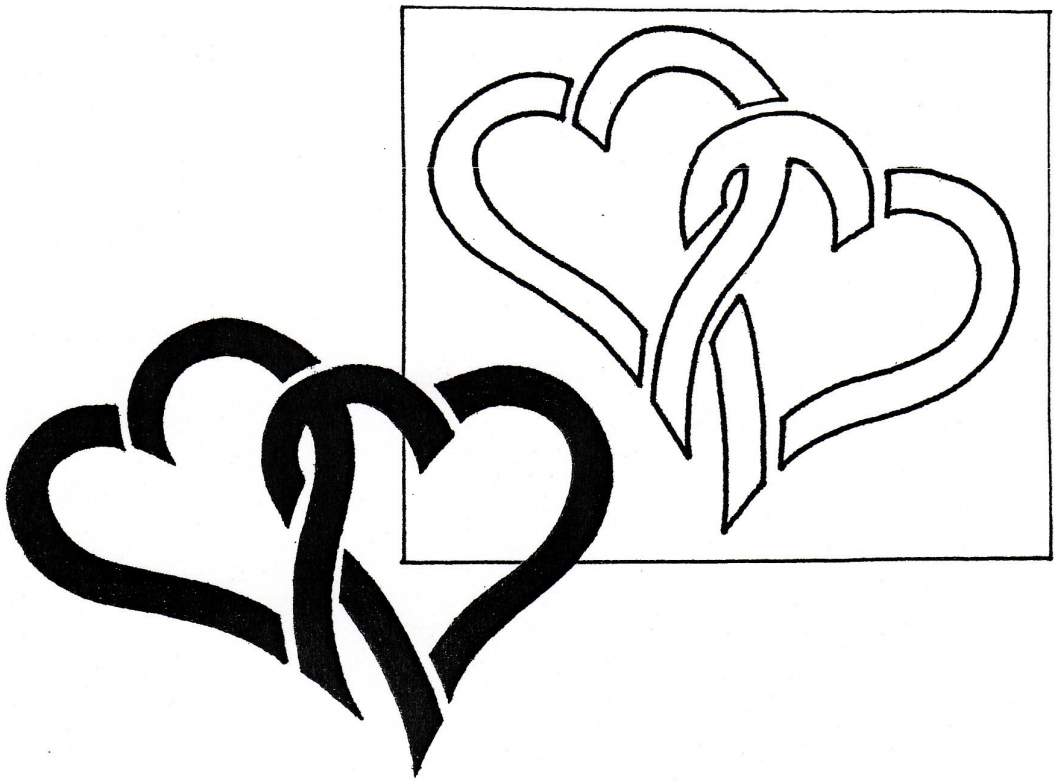


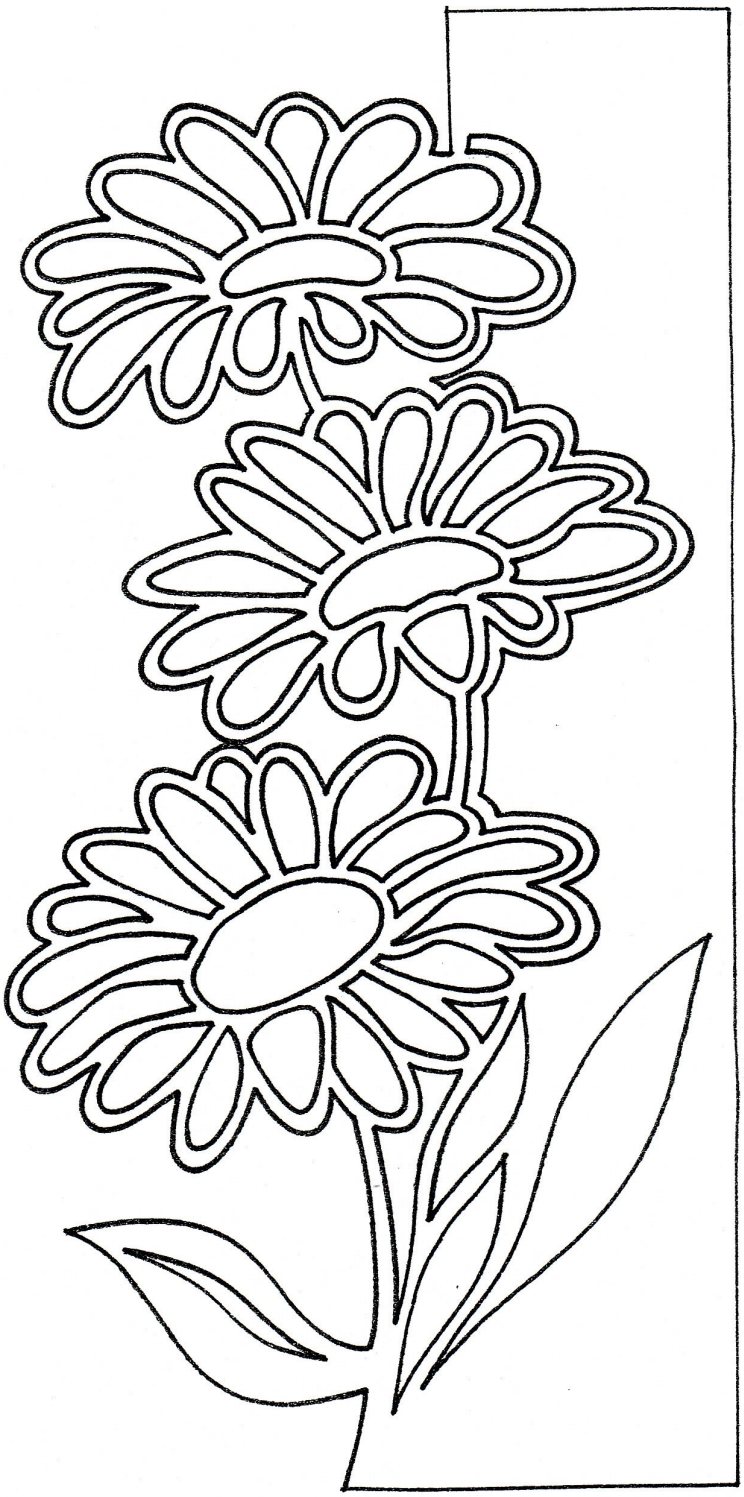
Se decupează după conturul trasat o bucată de carton roşu (Plike Red, 330 g/mp) şi elementul rezultat se lipeşte pe faţa unui alt carton, pliat în două la dimensiunile 11 x 22 cm (Constellation Jade Country, 215 g/mp).

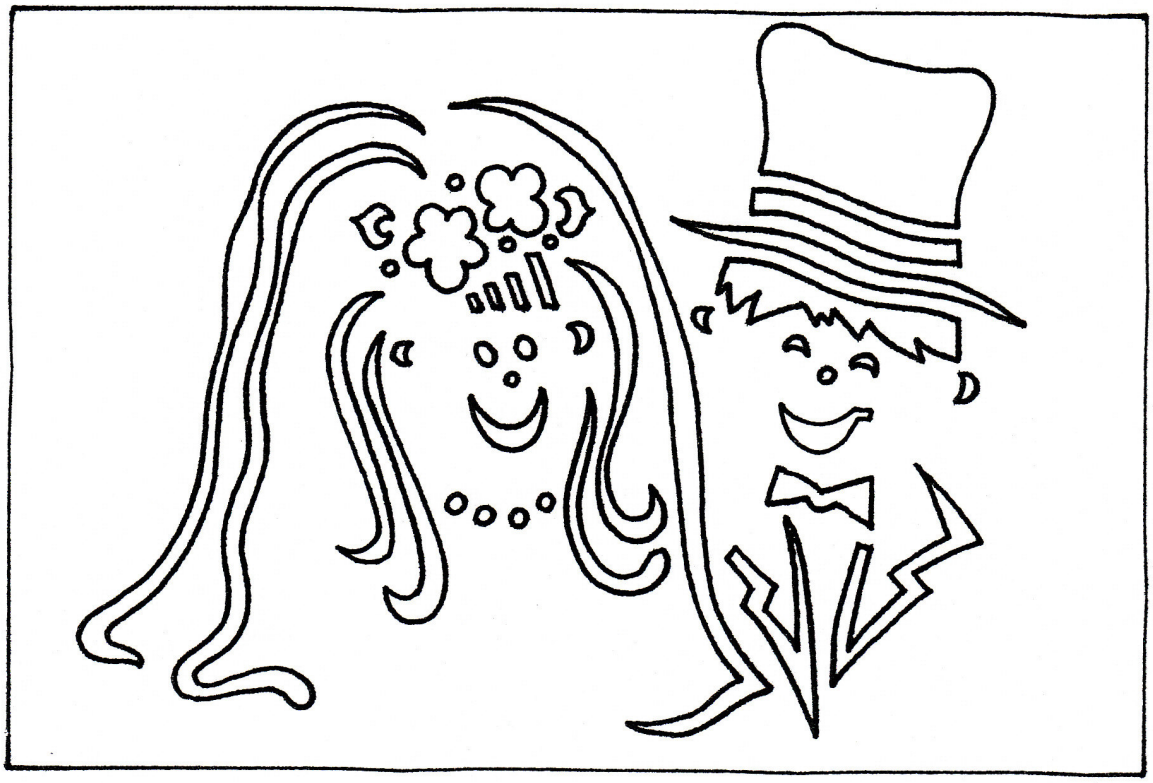


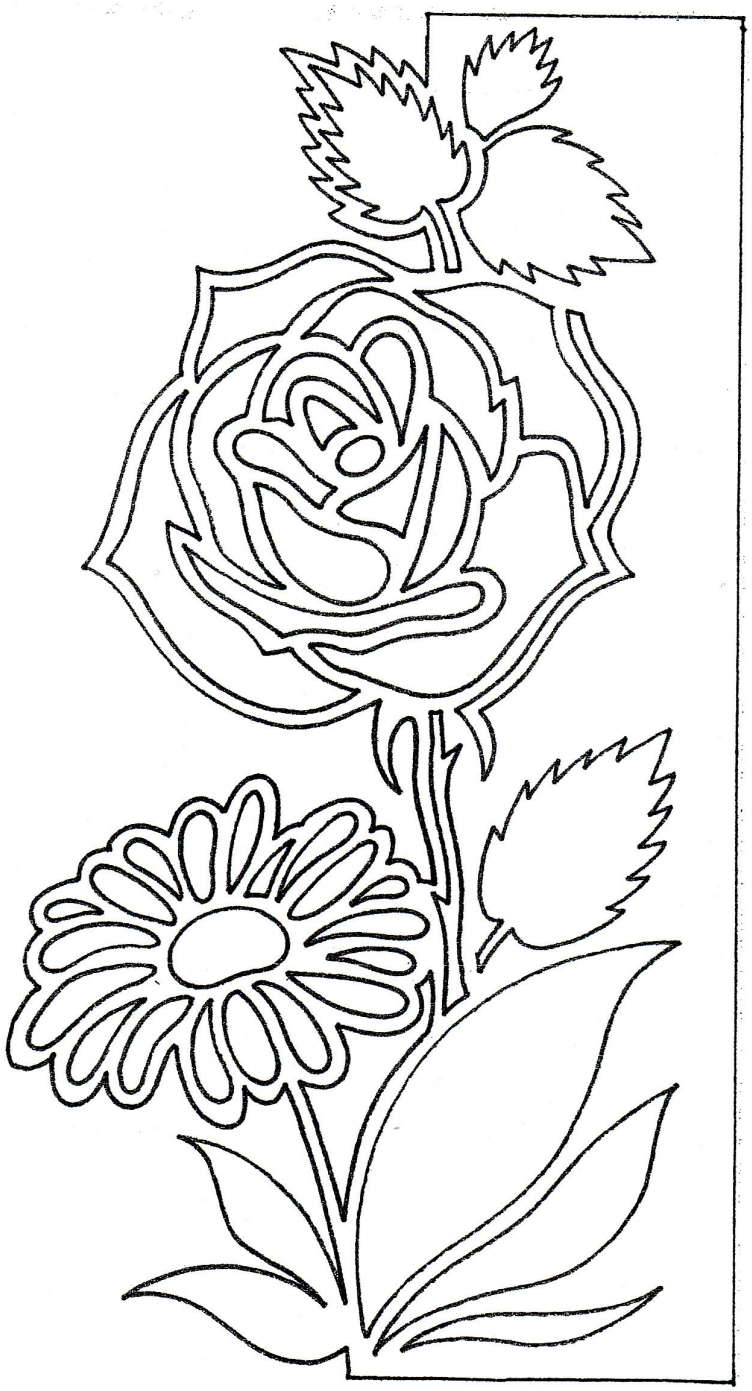



BE MY
VALENTINE









Adrese utile

Furnizori de cartoane speciale

Augusta Papier
Şos. Cernica nr.7, com. Pantelimon
Tel.: 021-350.20.20
Fax: 021-350.21.21
Internet: www.augusta-papier.ro
E-mail: augusta-office@fx.ro

Romanian Paper Distribution
Bucureşti (sediul central)
Str. Heliade între Vii nr.70
Tel.: 021-253.12.00
Fax: 021-253.12.07
Email: info@rpd.ro

Braşov (filială)
Str. Zizinului nr.111,
Incinta COMAT, etaj 3
Tel.: 0268-327.760
Fax: 0268-327.759
Email: brasov@rpd.ro

Cluj-Napoca (filială)
Str. Nicolae Titulescu nr.12
Bl. P5, sc. 3, et. 1, ap. 24
Tel.: 0264-147.167
Fax: 0264-414.656
Email: cluj@rpd.ro

Timişoara (filială)
Str. Zurobara nr.9
Tel.: 0256-221.023
Fax: 0256-221.024
Email: timisoara@rpd.ro

Iaşi (filială)
Calea Chişinăului nr.35
Tel.: 0232-263.010
Fax: 0232-250.044
Email: iasi@rpd.ro

Furnizori de plicuri

Romkuvert
Bucureşti, Str. Drumul între Tarlale nr.41
Tel.: 021-256.15.05, Fax: 021-256.15.02
E-mail: office@romkuvert.ro

GPV Romania
Bucureşti, Str. Callimachi nr.41
Tel./Fax: 021-242.28.00, 021-242.38.71

Cluj Napoca, P-ţa 1 Mai nr.4-5
Tel.: 0264-416.813, Fax: 0264-406.455

Furnizor de ţiplă

Savcom
Bucureşti, Şos. Olteniţei nr.105
Tel./Fax: 021-332.11.62
E-mail: office@savcom.ro

Internet

Institutul Naţional de Cercetare-Dezvoltare în Informatică
Bucureşti, Str. M-şal Averescu nr.8-10
Tel.: 021-224.12.59, Fax: 021-224.10.30

(de la această instituţie trebuie să cumpăraţi un domeniu .ro pentru site-ul dvs.)

Cât vă costă cartonul pentru o felicitare. Profitabilitatea afacerii.

Principalii furnizori de cartoane speciale, **Augusta Papier** şi **Romanian Paper Distribution**, au o ofertă foarte variată, cu zeci de sortimente, iar preţurile sunt aproximativ aceleaşi în cazul amândurora. Recomandarea noastră este să mergeţi pe nişte combinaţii verificate ca impact, de exemplu:

1. **Constellation Jade Country** de 215 g/mp pentru exterior (alb) şi **Nettuno Rosso Fuoco** de 100 g/mp pentru interior (roşu);
2. **Plike Red** de 330 g/mp pentru exterior (roşu) şi **Acquerello Stucco Gesso** de 120 g/mp pentru interior (alb).

Ulterior, se pot încerca şi alte combinaţii, dar în prima fază a afacerii aceste două combinaţii sunt suficiente. Există posibilitatea să folosiţi la un moment dat cartoane crem, cartoane cu striaţii, cartoane aurite sau cartoane satinate, dar nu are rost să vă gândiţi la ele până nu stăpâniţi foarte bine tehnica de decupare. Aceste sortimente sunt mai scumpe şi orice greşeală de tăiere va fi foarte costisitoare.

Cartoanele se livrează în coală tipografică, de 72 x 101 cm, şi trebuie tăiate la dimensiunile dorite. Astfel, pentru modelul cu gerbere de la pagina 47, de exemplu, vă trebuie formate dreptunghiulare de 18 x 20 cm (**Constellation Jade Country** de 215 g/mp) şi 10 x 20 cm (**Nettuno Rosso Fuoco** de 100 g/mp). Ca urmare, dintr-o coală tipografică obţineţi **20**, respectiv **35** de formate.

În oferta firmei Augusta Papier, coala de Constellation costă 0,967 euro, iar cea de Nettuno – 0,349 euro, deci pentru felicitarea menţionată avem următorul necesar de carton:

a) Constellation.....0,967 euro : 20 de formate = 0,048 euro

b) Nettuno.....0,349 euro : 35 de formate = 0,01 euro

Total: 0,05 euro, adică cca **1.800 de lei**, fără TVA. Atât vă costă cartonul necesar felicitării respective.

Similar, dacă folosiți pentru exterior carton **Plike Red** de 330 g/mp (cu aspect catifelat) şi pentru interior carton **Acquerello Stucco Gesso** de 120 g/mp (vezi trandafirul de pe coperta ghidului), rezultă următorul cost:

a) Plike.....1,6 euro : 20 de formate = 0,08 euro

b) Acquerello.....0,289 euro : 20* de formate = 0,015 euro

Total: 0,1 euro, adică cca **3.600 de lei**, fără TVA.

Având în vedere că prețul de vânzare al unei asemenea felicitări este de cel puțin **75.000 de lei**, este evidentă profitabilitatea afacerii. Chiar dacă scădeți şi comisionul distribuitorului (aceasta în varianta în care nu distribuiți singur felicitările), tot rămâneți cu un profit de **cel puțin 50.000 de lei, la fiecare felicitare**. La un număr de 20 de felicitări realizate pe zi, obțineți 1.000.000 de lei. Şi atenție! În funcție de finețea cartonului folosit şi de acuratețea tăieturilor, prețul felicitării poate depăşi 100.000 de lei!

În final, revenim asupra unei observații foarte importante făcute la pagina 19: **resturile de carton rezultate în urma decupării unui model pot fi lipite pe o altă bucată de carton de culoare contrastantă, reconstituind astfel felicitarea pe negativ.** Obțineți astfel două felicitări la o singură decupare. De exemplu, dacă decupați clopoțelul de la pagina 30 din carton roşu **Plike Red** de 330 g/mp, nu trebuie decât să lipiți resturile pe fața unui carton **Splendorlux Pearl Radiant (Ice)** de 250 g/mp pliat în două şi, într-un minut, aveți gata o a doua felicitare. Ca să ştiți exact unde trebuie lipite resturile, trasați în prealabil tiparul pe fața cartonului Splendorlux.

Şi o ultimă recomandare: nu contactați firmele Augusta Papier sau Romanian Paper Distribution decât în momentul în care ați înțeles foarte bine cum se obține o felicitare decupată, tăieturile vă ies perfect şi doriți să vă lansați într-o producție serioasă. Până atunci exersați pe cartoane format A4 achiziționate la bucată din orice librărie mai răsărită. În paralel, ocupați-vă şi de obținerea unei **autorizații de persoană fizică (PFA)** de la Primăria localității de domiciliu sau înființați-vă un S.R.L.

*cartonul alb are formatul tot de 18 x 20 cm şi se pliază în interiorul cartonului roşu